

**ANALISIS PEMAHAMAN *BUSINESS MODEL CANVAS* (BMC)
PADA MAHASISWA SEMESTER VIII PROGRAM STUDI
MANAJEMEN BISNIS SYARIAH FAI UMSU**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah*

Oleh

SUCI RAMADHANI
NPM: 1601280022



**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2020**

PERSEMBAHAN

*Karya Ilmiah ini kupersembahkan kepada kedua orangtuaku
dan kedua adiku*

Ayahanda Sugiman

Ibunda Agustina

Idris Roidho Irhas

Nabila

*Tak Lelah selalu memberikan doa kesuksesan &
keberhasilan bagi diriku*



*Jangan Pernah Takut Bermimpi. Karena Berawal
Dari Mimpilah Kesuksesan itu Muncul*

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Suci Ramadhani
NPM : 1601280022
Jenjang Pendidikan : Sastra Satu (S1)
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul **Analisis Pemahaman *Business Model Canvas* (BMC) Pada Mahasiswa Semester VIII Program Studi Manajemen Bisnis Syariah FAI UMSU** merupakan karya asli saya. Jika di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini hasil dari plagiarism, maka saya bersedia ditindak sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 17 Juli 2020

Yang menyatakan:



SUCI RAMADHANI

1601280022

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul

**ANALISIS PEMAHAMAN *BUSINESS MODEL CANVAS* (BMC)
PADA MAHASISWA SEMESTER VIII PROGRAM STUDI
MANAJEMEN BISNIS SYARIAH FAI UMSU**

Oleh

SUCI RAMADHANI

NPM: 1601280022

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penelitian skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi

Medan, 17 Juli 2020

Pembimbing



Riyan Pradesyah, S.E.,Sy.,M.E.I

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2020**

Medan, 28 Februari 2020

Nomor : Istimewa
Lampiran : 3 (Tiga) eksemplar
Hal : Skripsi a.n. Suci Ramadhani
Kepada Yth : Bapak Dekan Fakultas Agama Islam UMSU

Di

Tempat

Assalamua'laikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti dan memberi saran-saran perbaikan seluruhnya terhadap skripsi mahasiswa a.n Suci Ramadhani yang berjudul *ANALISIS PEMAHAMAN BUSINESS MODEL CANVAS (BMC) PADA MAHASISWA SEMESTER VIII PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH FAI UMSU*. Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini dapat diterima dan diajukan pada sidang munaqasah untuk mendapat Gelar Sarjana Sastra Satu (S1) Manajemen Bisnis Syariah pada Fakultas Agama Islam UMSU.

Demikian kami sampaikan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Pembimbing



Riyan Pradesyah, S.E., Sy., M.E.I

BERITA ACARA PENGESAHAN SKRIPSI

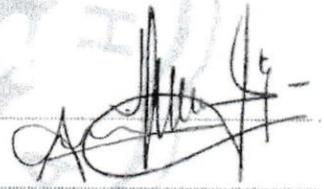
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah di pertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh :

NAMA MAHASISWA : Suci Ramadhani
NPM : 1601280022
PROGRAM STUDI : Manajemen Bisnis Syariah
HARI , TANGGAL : Senin, 10 Agustus 2020
WAKTU : 09.00 s.d selesai

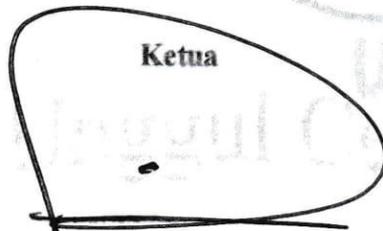
TIM PENGUJI

PENGUJI I : Dr. Sri Sudiarti, MA
PENGUJI II : Khairunnisa, SE.I, M.M



PANITIA PENGUJI

Ketua



Dr. Muhammad Qorib, MA

Sekretaris



Zailani, S.PdI, MA

KEPUTUSAN BERSAMA
MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN
KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA

Nomor : 158 th. 1987

Nomor : 0543bJU/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-huruf dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab, yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda secara bersama-sama. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasinya.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	š	es (dengan titik di atas)

ج	Jim	J	je
ح	Ha	Ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	de
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syim	Sy	esdan ye
ص	Sad	Ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	Ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	Ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	¾Ain	‘	Komater balik di atas

غ	Gain	G	ge
ف	Fa	F	ef
ق	Qaf	Q	qi
ك	Kaf	K	ka
ل	Lam	L	el
م	Mim	M	em
ن	Nun	N	en
و	Waw	W	we
ه	Ha	H	ha
ء	Hamzah	¾	apostrof
ي	Ya	Y	ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab adalah seperti vokal dalam bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong:

a. Vokal tunggal

Vokal tunggal dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya adalah sebagai berikut :

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
—	fathah	A	a
—	Kasrah	I	i
و —	ḍammah	U	u

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf yaitu :

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
ى—	fathah dan ya	Ai	a dan i
و—	fathah dan waw	Au	a dan u

Contoh:

- kataba: كتب

- fa'ala: **فعل**
- kaifa: **كيف**

c. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu :

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا	fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
ي	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
و و	ḍammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

qāla : **قال**

ramā : **مار**

qīla : **قيل**

d. Ta marbūtah

Transliterasi untuk ta marbūtah ada dua:

- 1) *Ta marbūtah* hidup
ta marbūtah yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan «*ammah*, transliterasinya (t).
- 2) *Ta marbūtah* mati
Ta marbūtah yang mati mendapat harkat *sukun*

transliterasinya adalah (h).

- 3) Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

روضۃ الاطفال *rauḍah al-afāl - rauḍatul afāl*:

- المدينة المنورة: *al-munawwarah al-Madīnah*
- طلحة: *ṭalḥah*

e. Syaddah (tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang pada tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*, dalam transliterasi ini tanda *tasydid* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

Contoh:

- rabbanā : ربنا
- nazzala : نزل
- al-birr : البر
- al-hajj : الحج
- nu'ima : نعم

f. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

- 1) Kata sandang diikuti oleh huruf *syamsiah*

Kata sandang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf (I) diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2) Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai pula dengan bunyinya. Baik diikuti huruf *syamsiah* maupun *qamariah*, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

- ar-rajulu: الرجل
- as-sayyidatu: السدة
- asy-syamsu: الشمس
- al-qalamu: القلم
- al-jalalu: الجلال

g. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- ta'khuzūna: تاخذون
- an-nau': النوع
- syai'un: شئىء
- inna: ان
- umirtu: امرت
- akala: اكل

h. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il* (kata kerja), *isim* (kata benda), maupun *huruf*, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau *harkat* yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

i. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilanama itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- Wa mamuhammadunillarasul
- Inna awwalabaitinwudi'alinnasilallażibibakkatamubarakan
- Syahru Ramadan al-laż³unzilafihil-Qur'an
- SyahruRamadanal-lażiunzilafihil-Qur'an
- Walaqadra'ahubilufuq al-mubin
- Alhamdulillahirabbil-'alamin

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital yang tidak dipergunakan.

Contoh:

- Naşrunminallahiwafathunqarib
- Lillahi al-amrujami'an
- Lillahil-amrujami'an
- Wallahubikullisyai'in 'alim

j. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu *tajwid*. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai ilmu *tajwid*.

ABSTRAK

Suci Ramadhani, 1601280022, Analisis Pemahaman Business Model Canvas (BMC) Pada Mahasiswa Semester VIII Program Studi Manajemen Bisnis Syariah FAI UMSU, Pembimbing Riyan Pradesyah, S.E,Sy.,M.E.I

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui: (1) Pemahaman mahasiswa semester VIII Program Studi Manajemen Bisnis Syariah FAI UMSU tentang konsep business model canvas (BMC); dan (2) Seberapa banyak mahasiswa semester VIII Program Studi Manajemen Bisnis Syariah FAI UMSU yang memahami business model canvas (BMC).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa;; (1) Mahasiswa semester VIII Program Studi Manajemen Bisnis Syariah FAI UMSU masih menganggap bahwa business model canvas (BMC) adalah sama dengan proposal bisnis; dan (2) Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah FAI UMSU belum paham sepenuhnya mengenai business model canvas (BMC).

Kata Kunci: Pemahaman, business model canvas (BMC)

ABSTRACT

Suci Ramadhani, 1601280022, Analysis of Understanding On Business Model Canvas (BMC) For 8th Semester Students of Islamic Business Management FAI UMSU, College Counselor: Riyan Pradesyah, S.E,Sy.,M.E.I

The purposes of this research were to analyze: (1) Understanding on business model canvas (BMC) for 8th semester students of Islamic Business Management FAI UMSU; and (2) How many 8th semester students of Islamic Business Management FAI UMSU understand about business model canvas (BMC).

The results of this research showed that; (1) 8th semester students of Islamic Management Business FAI UMSU still thought the business proposal was the same as the business model canvas (BMC) ; and (2) 8th semester students of Islamic Management Business FAI UMSU did not understand about business model canvas (BMC).

Keyword: Understanding, business model canvas (BMC)

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr. Wb

Puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan limpahan rahmat dan hidayah-Nya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan dan menyusun proposal skripsi ini dengan judul **ANALISIS PEMAHAMAN *BUSINESS MODEL CANVAS* (BMC) PADA MAHASISWA SEMESTER VIII PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH FAI UMSU.**

Terwujudnya skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang telah mendorong dan membimbing peneliti, baik tenaga, ide-ide, maupun pemikiran. oleh karena itu dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ayahanda tercinta Bapak Sugiman dan Ibunda tersayang Agustina yang tidak henti-hentinya memberikan dukungan serta nasehat kepada putrinya ini dalam bentuk apapun dan tidak pernah lupa untuk selalu memberikan semangat dan harapan sehingga penulis termotivasi untuk menggapai segala cita- citanya.
2. Bapak Dr. Agusani, MAP, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Dr. Muhammad Qarib, MA, selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Zailani, S.Pd.I, MA, selaku wakil Dekan I Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Munawir Pasaribu, S.Pd.I, MA, selaku wakil Dekan III Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu Isra Hayati, S.Pd, M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Ibu Khairunnisa, S.E.I.,M.M, selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

8. Bapak Riyan Pradesya S.E,Sy, M.E.I, selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, mengarahkan dan membina sehingga tersusun proposal skripsi ini.
9. Buat kakak dan adik penulis Missia, Idris Roidho Irhas, Nabila beserta Sahabat-sahabat penulis Safriyani, Indah Fitra Adriani, Susi Novianti, Cindy Alfa Rizki, Ika Yulianti, Rizka Ameriza Putri, Elvi Hermeidiana, Neny Nora Wiranti, Adri Yaslida, Frita Nabila Putri yang telah memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis dalam penyelesaian proposal ini.

Semoga proposal skripsi yang peneliti selesaikan dapat memperkaya wacana intelektual, khususnya bagi ilmu-ilmu manajemen bisnis syariah. Dengan segala kerendahan hati, penulis memohon doa dan restu agar ilmu yang telah diperoleh menjadi ilmu yang bermanfaat dan memberi berkah bagi kehidupan pribadi, keluarga dan masyarakat. Amin.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Medan, 09 Maret 2020

SUCI RAMADHANI

1601280022

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	3
C. Batasan Masalah.....	3
D. Rumusan Masalah	4
E. Tujuan Penelitian	4
F. Manfaat Penelitian	4
G. Sistematika Penulisan	5
BAB II LANDASAN TEORITIS	7
A. Kajian Pustaka.....	7
1. Pemahaman	7
2. Bisnis.....	10
3. Model Bisnis	12
4. <i>Business Model Canvas</i> (BMC).....	12
5. Strategi <i>Business Model Canvas</i> (BMC)	24
6. Bisnis dalam Perspektif Islam.....	27
B. Penelitian Terdahulu	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	39
A. Rancangan Penelitian	39
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	39
C. Kehadiran Peneliti.....	40

D. Tahapan Penelitian	41
E. Data dan Sumber Data	42
F. Teknik Pengumpulan Data.....	43
G. Teknik Analisis Data.....	44
H. Pemeriksaan Keabsahan Temuan.....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
A. Deskripsi Penelitian	46
B. Deskripsi Data.....	49
C. Pembahasan.....	53
BAB V PENUTUP.....	56
A. Simpulan	56
B. Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN.....	61

DAFTAR TABEL

Nomor Tabel	Judul Tabel	Halaman
Tabel 2.1	Matriks SWOT	26
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3.1	Perencanaan Jadwal Penelitian	40

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara adalah salah satu kampus di Indonesia yang memiliki Program Studi khusus untuk mempelajari bisnis. Adapun program studi tersebut adalah Program Studi Manajemen Bisnis Syariah yang dikategorikan masuk kedalam Fakultas Agama Islam. Mengambil Program Studi Manajemen Bisnis Syariah memiliki tantangan sendiri bagi mahasiswa. Dikarenakan, hal tersebut memiliki tanggungjawab yang besar bagi mahasiswa yang kedepannya harus mampu membuka lapangan pekerjaan.

Selain itu, perlu pemahaman yang kuat agar ilmu yang didapat bisa direalisasikan dan dibuktikan dengan sungguh-sungguh dalam menjalankan sebuah usaha. Ditambah lagi, persaingan bisnis yang semakin ketat tentunya akan memacu semangat mahasiswa dalam menjalankan usaha untuk lebih meningkatkan produktivitas maupun sistem yang telah dimiliki.

Salah satu antisipasi untuk mengurangi resiko dalam menjalankan sebuah bisnis adalah dengan membuat strategi yang tepat dan memahami model bisnis dengan analisis yang kuat. Strategi adalah proses penentuan rencana dalam jangka panjang di suatu organisasi untuk mencapai tujuan.¹ Namun strategi itu sendiri tidaklah cukup untuk menentukan perusahaan tetap bertahan dalam persaingan. Perusahaan harus mempunyai cara alternatif yaitu dengan membuat konsep model bisnis yang kuat dan baik serta tepat pada sasaran perusahaan.

Model bisnis adalah gambaran kekuatan usaha, sumberdaya yang dimiliki, dan kegiatan kegiatan yang dilakukan untuk menciptakan nilai loyalitas pelanggan serta menghasilkan laba.² Konsep strategi usaha berkaitan erat dengan model bisnis

¹ Andi Makkulau et. al, “ Analisis Strategi Bisnis dalam Meningkatkan *Market Share* dengan Menggunakan Pendekatan Analisis *Business Model Canvas* (BMC) dan *SWOT Analysis* pada PT Semen Sentosa”, dalam *Jurnal Bisnis Manajemen dan Informatika*, vol. XIV, hal. 151.

² Rusli M. Rukka et.al, “Strategi Pengembangan Bisnis Keripik Bayam (*amaranthus hybridus*) dengan Pendekatan *Business Model Canvas*: Studi Kasus pada CV. OAG di Kota Makassar, Sulawesi Selatan”, dalam *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, vol. XIV, hal. 42.

usaha yang dijalankan. Salah satu konsep model bisnis yang sederhana dan sering digunakan adalah konsep *business model canvas* (BMC).

Konsep *business model canvas* (BMC) pertama kali dikembangkan oleh Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur. *Business model canvas* (BMC) memiliki keunggulan dalam analisis model bisnis yaitu mampu menggambarkan secara sederhana dan menyeluruh kondisi suatu perusahaan yang berhubungan dengan segmen pelanggan, nilai yang ditawarkan, hubungan dengan pelanggan, arus pendapatan, mitra kerja, dan biaya.

Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti (Maret sampai dengan Mei 2020), peneliti menemukan bahwa banyaknya mahasiswa semester VIII Program Studi Manajemen Bisnis Syariah FAI UMSU belum memahami sepenuhnya tentang konsep *business model canvas* (BMC). Padahal, pembelajaran tentang konsep *business model canvas* (BMC) yang ada di Program Studi Manajemen Bisnis Syariah FAI UMSU masuk kedalam kategori Mata Kuliah Kewirausahaan yang diajarkan pada saat semester III.

Akan tetapi, untuk penyampaian ataupun penjelasan materi *business model canvas* (BMC) belum terpaparkan secara jelas. Hal ini yang membuat mahasiswa semester VIII Program Studi Manajemen Bisnis Syariah FAI UMSU belum memahami sepenuhnya konsep *business model canvas* (BMC). Ditambah lagi, minimnya literatur mengenai *business model canvas* (BMC) yang ada di perpustakaan UMSU semakin membuat mahasiswa menjadi kesusahan dalam mempelajari dan memahami konsep *business model canvas* (BMC).

Hal ini yang menjadi permasalahan bagi mahasiswa ketika menghadapi Ujian Kompetensi Kewirausahaan sebagai pendukung Surat Keterangan Pendamping Ijazah (SKPI). Dalam Ujian Kompetensi Kewirausahaan tersebut, mahasiswa diminta untuk menjelaskan rencana bisnis dengan menggunakan konsep *business model canvas* (BMC). Akan tetapi, banyak mahasiswa yang kebingungan dalam membuat rencana bisnis yang dituangkan dalam *business model canvas* (BMC). Padahal, konsep *business model canvas* (BMC) inilah yang nantinya akan mengarahkan mahasiswa untuk menjalankan usaha tepat sesuai dengan sasaran dan mampu mengevaluasi ketika mengalami penurunan atau kegagalan.

Alasan penulis melakukan penelitian ini adalah untuk melihat pemahaman mahasiswa semester VIII Program Studi Manajemen Bisnis Syariah FAI UMSU dalam memahami *business model canvas* (BMC). Selain itu, *business model canvas* (BMC) sangat dibutuhkan bagi lulusan Program Studi Manajemen Bisnis Syariah dikarenakan sebagai; (1) Alat untuk mencari atau menambah investor; (2) Alat untuk mengurangi resiko atau evaluasi; dan (3) Alat untuk menghasilkan finansial yang layak.

Sedangkan motivasi penulis dalam melakukan penelitian ini adalah memberikan sumbangsi pemikiran dan menambah referensi penelitian sesuai dengan bidang ilmu yang diambil di Program Studi Manajemen Bisnis Syariah. Selain itu, untuk meningkatkan kualitas mahasiswa lulusan Program Studi Manajemen Bisnis Syariah yang akan menggeluti dunia usaha.

Oleh karena itu, berdasarkan permasalahan diatas, penulis ingin melakukan penelitian tentang "Analisis Pemahaman *Business Model Canvas* (BMC) Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Semester VIII FAI UMSU".

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dijelaskan sebelumnya masalah penelitian ini adalah:

1. Sedikitnya mahasiswa semester VIII Program Studi Manajemen Bisnis Syariah FAI UMSU yang paham tentang penggunaan konsep *business model canvas* (BMC).
2. Pembahasan *business model canvas* (BMC) pada Matakuliah Kewirausahaan belum terpaparkan secara jelas.
3. Minimnya literatur tentang *business model canvas* (BMC) di perpustakaan UMSU.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka peneliti membatasi masalah penelitian yang hanya berkaitan dengan:

1. Pemahaman mahasiswa semester VIII Program Studi Manajemen Bisnis Syariah FAI UMSU tentang konsep *business model canvas* (BMC).
2. Seberapa banyak mahasiswa semester VIII Program Studi Manajemen Bisnis Syariah FAI UMSU yang memahami konsep *business model canvas* (BMC).

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pemahaman mahasiswa semester VIII Program Studi Manajemen Bisnis Syariah FAI UMSU tentang konsep *business model canvas* (BMC)?
2. Seberapa banyak mahasiswa semester VIII Program Studi Manajemen Bisnis Syariah FAI UMSU yang memahami konsep *business model canvas* (BMC)?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang dilakukan penulis adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pemahaman mahasiswa semester VIII Program Studi Manajemen Bisnis Syariah FAI UMSU tentang konsep *business model canvas* (BMC).
2. Untuk mengetahui seberapa banyak mahasiswa semester VIII Program Studi Manajemen Bisnis Syariah FAI UMSU yang memahami *business model canvas* (BMC).

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian dalam yang dilakukan penulis adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Ilmiah

Hasil penelitian ini berguna sebagai referensi atau literatur bagi peneliti lain yang bermaksud mengkaji masalah yang relevan dengan penelitian ini.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti, berguna untuk menambah pengetahuan, wawasan, dan pengalaman penulis mengenai konsep *business model canvas* (BMC).
- b. Bagi Fakultas, sebagai masukan untuk meningkatkan kualitas mahasiswa terkait pemahaman mengenai *business model canvas* (BMC) yang berhubungan dengan Matakuliah Kewirausahaan.
- c. Bagi pembaca, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya yang berkaitan dengan *business model canvas* (BMC) dan juga sebagai bahan masukan, maupun pembandingan bagi setiap pembaca.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini dengan menggunakan panduan skripsi Fakultas Agama Islam UMSU. Untuk memahami lebih jelas penelitian ini, maka materi-materi yang tertera pada skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa bab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

2. BAB II LANDASAN TEORITIS

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku dan beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian, kerangka berpikir, penelitian terdahulu yang relevan, dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan penulis.

3. BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan rancangan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, kehadiran peneliti, tahapan penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan pemeriksaan keabsahan temuan.

4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan deskripsi penelitian, temuan penelitian dan pembahasan dalam penelitian.

5. BAB V PENUTUP

Bab ini berisi simpulan penelitian, saran dan rekomendasi penulis untuk penelitian selanjutnya serta ditujukan kepada pihak yang memungkinkan memanfaatkan hasil penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Kajian Pustaka

1. Pemahaman

a. Pengertian

Pemahaman adalah berasal dari kata paham yang mempunyai arti mengerti benar.³ Sedangkan menurut pendapat lain dikatakan bahwa pemahaman adalah perilaku menerjemahkan, menafsirkan, menyimpulkan, atau mengekstrapolasi (memperhitungkan) konsep dengan menggunakan kata-kata atau simbol-simbol lain yang dipilihnya sendiri.⁴ Jadi, dapat disimpulkan bahwa pemahaman adalah perilaku yang menunjukkan kemampuan seseorang dalam menangkap pengertian suatu konsep dengan menggunakan kata-kata atau simbol-simbol lain yang dipilihnya sendiri.

b. Bentuk-bentuk

Adapun bentuk-bentuk pemahaman dikategorikan sebagai berikut:⁵

- 1) Pemahaman terjemahan, mulai dari menerjemahkan dalam arti yang sebenarnya, mengartikan dan menerapkan prinsip-prinsip
- 2) Pemahaman penafsiran yaitu menghubungkan bagian-bagian terendah dengan yang diketahui berikutnya atau menghubungkan beberapa bagian grafik dengan kejadian, membedakan yang pokok dengan yang tidak pokok.
- 3) Pemaknaan ekstrapolasi, mampu melihat dibalik yang tertulis, dapat membuat estimasi, prediksi berdasarkan pada pengertian dan kondisi yang diterangkan dalam ide-ide atau simbol, serta

³ Rizka Harfiani dan Robi Fanreza, "Implementasi Model Pembelajaran *Lesson Study* Praktikum Wisata Dalam Upaya Meningkatkan Pemahaman Konsep dan Berpikir Kreatif Mahasiswa Pada Mata Kuliah Media dan Sumber Belajar Di Prodi Pendidikan Islam Anak Usia Dini Fakultas Agama Islam UMSU", dalam *Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini FAI UMSU*, vol. XI, hal. 7

⁴ Atwi Suparman, *Desain Instruksional Modern* (Jakarta: Erlangga, 2012), h. 135

⁵ *Ibidl*, h. 7

- 4) kemampuan membuat kesimpulan yang dihubungkan dengan implikasi dan konsekuensinya.

c. Indikator-indikator

Indikator pemahaman menurut Kenneth D. Moore yang menunjukkan pemahaman konsep antara lain adalah:⁶

- 1) Menyatakan ulang sebuah konsep.
- 2) Mengklasifikasi objek-objek menurut sifat-sifat tertentu (sesuai dengan konsepnya).
- 3) Memberi contoh dan non-contoh dari konsep .
- 4) Menyajikan konsep dalam berbagai bentuk representasi matematis.
- 5) Mengembangkan syarat perlu atau syarat cukup suatu konsep.
- 6) Menggunakan, memanfaatkan, dan memilih prosedur atau operasi tertentu.
- 7) Mengaplikasikan konsep atau algoritma pemecahan masalah.

d. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi pemahaman mahasiswa adalah sebagai berikut:⁷

- 1) Faktor internal
 - a) Intelegensi, kemampuan untuk menyesuaikan diri secara mental terhadap situasi atau kondisi baru.
 - b) Bakat, kemampuan yang ada di dalam diri seseorang sejak lahir.
 - c) Minat, dorongan atau keinginan dalam diri seseorang pada objek tertentu.
 - d) Motivasi, suatu dorongan atau alasan yang menjadi dasar semangat seseorang untuk melakukan sesuatu untuk mencapai tujuan tertentu.

⁶ Nanana Sudjana, *Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012), h. 86

⁷ Taufiqur Rahman, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemahaman Masyarakat Terhadap Wakaf Tunai (Studi Kasus Jama'ah Masjid Baitussalam Kelurahan Tejosari 24 A Kecamatan Metro Timur Kota Metro)*, Skripsi. Medan: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro. 2019. h. 14

2) Faktor eksternal

Faktor eksternal meliputi faktor keluarga (kurangnya penghargaan dan ketidakpedulian orang tua terhadap belajar dan prestasi anak, tuntutan orang tua terhadap target prestasi anak yang terlalu tinggi, kurangnya perhatian terhadap potensi anak, dan status sosial ekonomi), sekolah (kurangnya dukungan terhadap keberhasilan akademik, kurikulum tidak sesuai dengan kondisi siswa, lingkungan kelas yang tidak kondusif, kurang tepatnya pemilihan strategi belajar dan lingkungan tempat tinggal (tuntutan lingkungan terhadap prestasi anak, dan lingkungan yang tidak mendukung pendidikan).

Menurut pendapat lain dikatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pemahaman mahasiswa antara lain sebagai berikut:⁸

1) Kecerdasan emosional

Kecerdasan merupakan kemampuan kognitif pada seseorang untuk beradaptasi dan memahami dengan sangat cepat.⁹ Sedangkan emosional adalah setiap pergolakan pikiran, perasaan, nafsu, maupun setiap keadaan mental yang bergejolak atau meluap.¹⁰ Jadi dapat disimpulkan bahwa kecerdasan emosional adalah kemampuan utama untuk mengatur emosi diri dan memperbaiki interaksi dengan orang lain..

Goleman menjelaskan bahwa kecerdasan emosi dapat didefinisikan dalam empat dimensi yaitu:¹¹

- a. *Self awareness*, kemampuan manusia untuk memahami diri sendiri dan tetap sadar terhadap emosi termasuk penilaian diri dan kepercayaan diri.
- b. *Social awareness*, kemampuan manusia untuk menangkap emosi orang lain dengan memahami apa yang orang lain pikirkan dan rasakan.
- c. *Self management*, kemampuan untuk mengelola reaksi emosi manusia itu sendiri kepada semua orang.

⁸ Winanda Wahana dan Sinarti, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pemahaman Mahasiswa Pada Mata Kuliah Auditing di Politeknik Negeri Batam", *dalam Jurnal Akuntansi dan Perpajakan*, vol. IV, h. 101

⁹ *Ibid*, h. 102

¹⁰ Ridwan Saptoto, "Hubungan Kecerdasan Emosi dengan Kemampuan Coping Adaptif", *dalam Jurnal Psikologi*, vol. XXXVII, h. 15

¹¹ Winanda Wahana dan Suanrti, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pemahaman Mahasiswa Pada Mata Kuliah Auditing di Politeknik Negeri Batam", h. 102

- d. *Relationship management*, kemampuan untuk menggunakan kesadaran emosi manusia dan emosi orang lain untuk mengelola interaksi yang berhasil, termasuk berkomunikasi dengan jelas dan efektif untuk mengatasi konflik.
- 2) Perilaku belajar. Suatu sikap yang muncul dalam diri seseorang untuk merespon setiap kegiatan belajar.

2. Bisnis

a. Pengertian

Menurut Anoraga dan Soegiasturi, bisnis adalah kegiatan jual beli dengan memberikan sebuah pelayanan yang optimal.¹² Sedangkan menurut Skinner bisnis adalah pertukaran barang atau jasa dengan tujuan mendapatkan keuntungan.¹³ Jadi, dapat disimpulkan bahwa pengertian bisnis adalah suatu aktivitas yang berhubungan dengan jual beli baik produk maupun jasa untuk memperoleh pendapatan.

b. Indikator-Indikator

Adapun indikator-indikator mahasiswa dalam melakukan bisnis adalah sebagai berikut:¹⁴

- 1) Prestasi sosial, merupakan suatu penghargaan tersendiri yang dirasakan seseorang. Salah satunya dengan berbisnis untuk dilihat masyarakat ataupun diakui oleh lingkungan sehingga menaikkan derajatnya.
- 2) Tantangan pribadi, merupakan suatu tantangan untuk diri sendiri yang membuat seseorang ingin membuktikan apakah dia mampu atau tidak melakukan hal yang mungkin belum pernah dilakukan sebelumnya, sehingga memicu diri untuk belajar dan mencoba.

¹² Asmuni dan Siti Mujiatun, *Bisnis Syariah* (Medan: Perdana Publishing, 2013), h. 11

¹³ Akhmad Nur Zaroni, "Bisnis Dalam Perspektif Islam", dalam *Jurnal Mazahib*, vol. IV, h.176

¹⁴ Muhammad Ismail Lubis, *Analisis Pengaruh Minat Mahasiswa Dalam Berwirausaha (Study Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara)*, Skripsi. Medan: Fakultas Agama Islam UMSU, 2018. hal. 23.

- 3) Inovasi, merupakan menciptakan suatu hal yang baru ataupun mengembangkan sesuatu yang telah ada menjadi berbeda.
- 4) Kepemimpinan, merupakan proses mengelola dan mempengaruhi orang lain untuk mencapai tujuan usaha.
- 5) Fleksibilitas, merupakan kelonggaran saat memiliki suatu usaha sendiri seperti jam kerja yang bisa diatur sendiri.
- 6) Keuntungan merupakan laba yang diperoleh dari uang hasil usaha yang dibukanya sendiri.

c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa berbisnis adalah sebagai berikut:¹⁵

- 1) Personal, yaitu menyangkut aspek-aspek kepribadian seseorang. Bahwa seorang pembisnis adalah seseorang yang memiliki keinginan berprestasi yang sangat tinggi dibandingkan orang yang tidak melakukan kegiatan bisnis.
- 2) Sociological, yaitu menyangkut masalah hubungan dengan keluarga dan hubungan sosial lainnya, dapat di lihat dari orang tua, pekerjaan, dan status sosial. Faktor sosial yang berpengaruh terhadap minat berbisnis ialah masalah tanggung jawab terhadap keluarga. Selain itu terhadap pekerjaan orang tua seringkali terlihat bahwa ada pengaruh dari orang tua yang bekerja sendiri, dan memiliki usaha sendiri cenderung anaknya jadi pengusaha pula. Keadaan ini seringkali memberi inspirasi pada anak kecil.
- 3) Environmental yaitu menyangkut hubungan dengan lingkungan. Faktor yang berasal dari lingkungan di antaranya adalah model peran, peluang, aktivitas, selain itu di pengaruhi juga oleh pesaing, sumber daya, dan kebijakan pemerintah.

¹⁵*Ibid.*, hal. 22

3. Model Bisnis

a. Pengertian

Menurut Wheelen dan Hunger bahwa model bisnis adalah metode yang digunakan perusahaan untuk menghasilkan uang di lingkungan bisnis dimana perusahaan beroperasi.¹⁶ Sedangkan menurut pendapat lain dikatakan bahwa model bisnis adalah gambaran kekuatan usaha, sumberdaya yang dimiliki, dan kegiatan kegiatan yang dilakukan untuk menciptakan nilai loyalitas pelanggan serta menghasilkan laba.¹⁷

Jadi dapat disimpulkan bahwa model bisnis adalah metode atau cara yang menggambarkan kekuatan usaha, sumber daya yang dimiliki dan kegiatan yang ada di suatu organisasi untuk menghasilkan keuntungan.

b. Manfaat

Adapun manfaat menggunakan model bisnis bagi perusahaan adalah sebagai berikut:¹⁸

- 1) Memudahkan para perencana dan pengambil keputusan di perusahaan.
- 2) Membantu menguji konsistensi hubungan antara komponennya.
- 3) Membantu menguji pasar dan asumsi yang digunakan ketika mengembangkan bisnis.
- 4) Menunjukkan seberapa besar tekanan perubahan dari luar dan konsekuensinya.

4. *Business Model Canvas* (BMC)

a. Pengertian

Menurut Osterwalder dan Pigneur dalam Wisnus Sakti Dewobroto *business model canvas* adalah sebuah model bisnis yang menggambarkan sebuah organisasi

¹⁶ Tim PPM Manajemen, *Business Model Canvas* (Jakarta: PT. Gramedia, 2012), h. 5

¹⁷ Rusli M. Rukka et., "Implementasi Model Pembelajaran *Lesson Study* Praktikum Wisata Dalam Upaya Meningkatkan Pemahaman Konsep dan Berpikir Kreatif Mahasiswa Pada Mata Kuliah Media dan Sumber Belajar Di Prodi Pendidikan Islam Anak Usia Dini Fakultas Agama Islam UMSU", h. 45

¹⁸ Tim PPM Manajemen, *Business Model Canvas*, h. 19

untuk menciptakan dan membuat sebuah nilai.¹⁹ Sedangkan menurut pendapat lain dikatakan bahwa *business model canvas* adalah kerangka bisnis yang terdiri dari 9 cakupan area kegiatan bisnis yang dituangkan dalam 1 lembar kanvas. Adapun 9 cakupan tersebut antara lain: *customer segments*, *value propositions*, *channels*, *customer relationship*, *revenue streams*, *key resources*, *key activities*, *key partnerships*, dan *cost structures*.²⁰

Jadi dapat disimpulkan bahwa *business model canvas* adalah sebuah kerangka kerja atau dasar pemikiran sebuah bisnis dalam sebuah organisasi yang mencakup 9 blok kegiatan yakni: *customer segments*, *value propositions*, *channels*, *customer relationship*, *revenue streams*, *key resources*, *key activities*, *key partnerships*, dan *cost structures* yang dituangkan dalam 1 lembar kanvas.

b. Elemen-Elemen

Adapun elemen-elemen *business model canvas* sebagai berikut:

1) *Customer segments* (Segmentasi pelanggan)

Segmentasi merupakan kegiatan membagi pasar-pasar ke dalam kelompok pembeli yang berbeda, dimana masing-masing kelompok tersebut memiliki karakteristik yang sama. Segmentasi pasar konsumen dapat dilakukan berdasarkan geografis, demografis, psikografis dan perilaku konsumen. Suatu kelompok pelanggan dapat disebut sebagai segmen pasar apabila:

- a) Memerlukan pelayanan (*value propositions*) yang tersendiri karena permasalahan dan kebutuhan secara khusus.
- b) Dicapai dan dilayani dengan saluran distribusi (*channels*) yang berbeda.
- c) Perlu pendekatan (*customer relationships*) yang berbeda.
- d) Memberikan profitabilitas yang berbeda.
- e) Mempunyai kemampuan bayar yang berbeda sesuai dengan persepsi terhadap nilai yang mereka terima.²¹

¹⁹ Wisnu Sakti Dewobroto, "Penggunaan *Business Model Canvas* Sebagai Dasar Untuk Menciptakan Alternatif Strategi Bisnis dan Kelayakan Usaha", dalam *Jurnal Teknik Industri*, vol. I, hal. 216.

²⁰ Hartatik, Teguh, Baroto, "Strategi Pengembangan Bisnis dengan Menggunakan *Business Model canvas* (BMC)", dalam *Jurnal Teknik Industri*, vol. XVIII, hal. 115

²¹ Tim PPM Manajemen, *Business Model Canvas*, h. 60

Adapun macam-macam tipe segmentasi dalam pasar menurut Osterwalder dan Yves Pigneur adalah sebagai berikut:

- a) Pasar terbuka, model bisnis yang segmentasi pasarnya merupakan pasar terbuka tidak mengelompokkan pelanggan dalam berbagai kelompok atau segmen khusus. Disini, perusahaan beranggapan bahwa semua orang adalah pelanggan. Tipe model bisnis ini dapat ditemukan pada pelanggan alat elektronik.
- b) Pasar khusus (ceruk), model bisnis yang segmentasi pasarnya merupakan pasar khusus (ceruk) menargetkan kepada segmen pasar tertentu yang spesifik yang biasanya jumlahnya kecil dan belum terlayani dengan baik. Misalnya pabrik perakitan mobil membutuhkan bahan-bahannya dari pabrik automobil utama.
- c) Pasar tersegmentasi, model bisnis yang mengelompokkan pelanggan dalam berbagai segmen yang memiliki kebutuhannya maupun masalah yang berbeda. Sebagai contoh, beberapa bank mengelompokkan nasabahnya ke dalam beberapa kelompok nasabah berdasar jumlah simpanannya, penghasilannya, atau kekayaannya. Kelompok-kelompok nasabah itu sebetulnya sama, yaitu para nasabah bank, tetapi mempunyai permasalahan dan kebutuhan berbeda. Nasabah kelompok atas mempunyai kebutuhan untuk menginvestasikan uangnya agar mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya. Nasabah kelompok menengah mempunyai kebutuhan untuk kemudahan menarik uang dengan mudah. Sementara nasabah kelompok bawah mempunyai kebutuhan untuk bisa mendapatkan kredit secara mudah.
- d) Pasar beragam, model bisnis yang mengelompokkan pelanggan dalam berbagai segmen yang tidak berkaitan dalam hal permasalahan dan kebutuhannya. Sebagai contoh, PT Kereta Api Indonesia (PT KAI) mengelompokkan layanannya ke pelanggan penumpang jarak jauh dan pelanggan penumpang jarak dekat (komuter). Pelanggan penumpang jarak jauh adalah

para penumpang yang bepergian lintas kota. Pelanggan penumpang komuter adalah layanan sosial ke pelanggan kereta penumpang jarak dekat. Pelanggan ini adalah para penumpang yang memanfaatkan jasa kereta untuk berangkat dan pulang kerja. Kedua kelompok pelanggan PT KAI itu mempunyai kesamaan, yaitu pelanggan jasa transportasi. Akan tetapi kebutuhan kedua kelompok itu berbeda.

- e) Multipasar, beberapa organisasi melayani dua atau lebih pelanggan yang memiliki hubungan satu sama lain atau saling berkaitan (*multiside market*). Misalnya, perusahaan yang bergerak di bisnis surat kabar membutuhkan pembaca yang banyak untuk menarik perhatian pengiklan. Disisi lain, perusahaan juga membutuhkan pengiklan untuk membiayai produksi dan distribusi. Kedua segmen ini dibutuhkan untuk membuat model bisnis perusahaan ini.

Dalam hal ini, diartikan bahwa *customer segment* atau segmentasi pelanggan adalah pihak yang menggunakan jasa/produk dari suatu organisasi yang berkontribusi dalam memberikan keuntungan bagi organisasi.²²

2) *Value propositions* (Nilai yang ditawarkan)

Value proposition merupakan satu keunikan yang menentukan suatu produk atau jasa dipilih pelanggan.²³ Sedangkan menurut pendapat lain dikatakan bahwa *value proposition* adalah alasan kenapa pelanggan sering mengalihkan perhatian dari satu perusahaan ke perusahaan lain.²⁴

Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur, menggolongkan *value propositions* menjadi dua kelompok besar, yaitu kuantitatif dan kualitatif. Contoh *value propositions* kuantitatif adalah harga murah dan kecepatan pelayanan. Contoh *value propositions* kualitatif adalah rasa kenyang rasa rileks rasa senang,

²² *Ibid*, h. 63

²³ *Ibid*, h. 84

²⁴ Hayyu Rahmi, *Analisis Bisnis Model dengan Pendekatan Business Model Canvas Terhadap Baitul Maal Wat Tamwil Masjid Al Azhar Jakarta Selatan*, Skripsi. Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah. 2019. h. 15

bangga, dan sebagainya. Berikut beberapa elemen yang berkontribusi pada pembentukan nilai tambah:

- a) *Newest* (Kebaruan), proposi nilai kebaruan adalah proposi nilai yang sebelumnya tidak pernah ditawarkan oleh perusahaan manapun. Hal ini sering terjadi pada produk teknologi, misalnya telepon selular.
- b) *Performance* (Kinerja), meningkatkan kinerja produk ataupun jasa dalam pelayanan merupakan cara yang umum untuk membuat nilai tambah bagi perusahaan. Contohnya, produsen motor, akan menambah nilai dengan cara menambah kapasitas mesin sehingga motor bisa berlari lebih cepat.
- c) *Customization* (Kustomisasi), produk atau jasa yang disesuaikan dengan kebutuhan individual pelanggan. Contohnya, sepeda motor yang ditujukan untuk pelanggan wanita dimodifikasi disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan secara masal.
- d) *Design* (Desain), mendesain suatu produk atau jasa akan membuat perusahaan unggul di pasaran. Contohnya, dunia *fashion* yang merancang pakaian untuk menentukan keberhasilan dan kegagalan di pasar.
- e) *Brand* (Status), perusahaan dapat memberi nilai tambah dalam merek dari suatu produk ataupun jasa kepada pelanggan. Nilai tambah merek ini dianggap dapat meningkatkan status sosial ekonomi pelanggan yang memakai produknya. Misalnya, pelanggan tas channel akan merasa bangga ketika memakai tas tersebut.
- f) *Price* (Harga), pada segmen pasar yang sensitif harga, produk yang dijual di pasar lebih murah dibandingkan produk lain adalah cara untuk memenangkan segmen pasar yang sensitive harga (*low budget*). Contohnya, Android yang memiliki harga lebih murah dengan *fitur* lengkap seperti *Iphone*.

- g) *Cost reduction* (Pengurangan biaya), perusahaan dapat memberi nilai kepada pelanggan berupa pengurangan biaya dari aktivitas yang dilakukan oleh pelanggan. Contohnya, perusahaan perangkat lunak akuntansi akan sangat membantu penggunanya menghemat biaya maupun tenaga perusahaan.
- h) *Risk reduction* (Pengurangan resiko), perusahaan dapat memberikan nilai kepada pelanggan dengan cara mengurangi resiko yang dihadapi pelanggan. Contohnya, perusahaan asuransi yang memberi nilai tambah khusus pengurangan resiko.
- i) *Accessibility* (Akses), cara lain untuk memberikan nilai tambah untuk pelanggan adalah memberi akses kepada pelanggan yang semula tidak bisa mendapatkan jasa atau produk. Contohnya, BPRS yang memberikan bantuan pembiayaan dalam hal modal usaha dari ekonomi kelas bawah.
- j) *Convenience/Usability* (Kenyaman/Kemudahan pengguna), perusahaan dapat menciptakan nilai untuk pelanggan dengan cara melakukan aktivitas yang membuat pelanggan menjadi lebih nyaman. Misalnya, alat baca elektronik (*e-bookreader*) yang memudahkan seseorang dapat menyimpan ratusan buku dan mengaksesnya dimana saja dan kapan saja.
- k) Penyelesaian pekerjaan, nilai tambah dapat diciptakan hanya dengan membantu pelanggan melakukan pekerjaan tertentu. Misalnya, perusahaan *advertising* yang membantu perusahaan menjalankan fungsi promosi.²⁵

3) *Channels* (Saluran)

Channels adalah wadah untuk berkomunikasi dengan pelanggan untuk menyampaikan *value proposition* yang ditawarkan. Adapun fungsi *channels* menurut Osterwalder adalah sebagai berikut:

- a) Memunculkan kesadaran dari pelanggan adanya produk/jasa perusahaan.

²⁵ Tim PPM Manajemen, *Business Model Canvas*, h. 86

- b) Membantu pelanggan mengevaluasi *value propositions* perusahaan.
- c) Memfasilitasi pelanggan membeli produk/ jasa perusahaan.
- d) Menyampaikan *value propositions* kepada pelanggan.
- e) Menyediakan dukungan pascapenjualan.²⁶

Oserwalder juga membagi *channels* dalam 5 fase diantaranya adalah:

- a) Fase *awareness*, berfungsi untuk mengenalkan perusahaan kepada pelanggan.
- b) Fase *evaluation*, berfungsi untuk saling menilai perusahaan dan pelanggan.
- c) Fase *purchase*, dimana perusahaan dan pelanggan melakukan proses transaksi.
- d) Fase *delivery*, pelanggan maupun perusahaan masing-masing mempunyai hak dan kewajiban. Bagaimana pendistribusian penghargaan oleh pelanggan atas janji yang telah diberikan perusahaan.
- e) Fase *aftersales*, berfungsi untuk memahami bagaimana kondisi dan perasaan pelanggan setelah mendapatkan janji yang ditawarkan.²⁷

4) *Customer relationship* (Hubungan pelanggan)

Tipe hubungan yang dibangun perusahaan dengan para pelanggan dari segmen pasar tertentu. Bagi perusahaan, *customer relationship* memiliki 3 fungsi diantaranya:

- a) Mengubah calon pelanggan menjadi pelanggan aktual.
- b) Mempertahankan pelanggan, menjaga pelanggan yang sudah ada agar tetap menjadi pelanggan.
- c) Meningkatkan penjualan, mendorong pelanggan yang sudah ada untuk berbelanja lebih banyak bagi perusahaan.²⁸

²⁶ *Ibid*, h. 102

²⁷ *Ibid*, h. 108

²⁸ *Ibid*, h. 130

Berdasarkan model bisnis, *customer relationships* sangat mempengaruhi perasaan pelanggan. Ada beberapa kategori dari *customer relationships* yang dapat dipadukan dengan *customer segments*, antara lain:

- a) *Personal assistance*, pelanggan dapat secara langsung berkomunikasi dengan pekerja dari perusahaan. Misalnya, rumah sakit.
- b) *Dedicated personal assistance*, perusahaan memberikan perlakuan istimewa kepada pelanggan. Misalnya, pelayanan yang diberikan Bank Mandiri apabila nasabah menyimpan dana yang cukup besar.
- c) *Self-service*, perusahaan tidak berhubungan langsung dengan pelanggan, tetapi menyediakan sarana untuk melakukan hubungan. Misalnya, Air Asia yang menyediakan sarana untuk bertransaksi mulai dari pemesanan tiket sampai *check in* secara *online*.
- d) *Automated service*, pelanggan mendapat pelayanan istimewa yang secara otomatis. Misalnya, nasabah yang menggunakan kartu kredit untuk belanja dalam jumlah besar maka bank akan merekomendasikan pelanggan melalui layanan online ke profil pelanggan.
- e) *Communities*, perusahaan membangun hubungan dengan pelanggan tidak secara individual, tetapi sebagai kelompok. Misalnya, produsen Polygon mengadakan acara wisata bersama dengan bersepeda.
- f) *Co-creation*, perusahaan melibatkan pelanggan untuk menciptakan nilai bagi pelanggan itu sendiri. Misalnya, toko buku online mengundang pelanggan untuk menulis esensi dan menciptakan nilai bagi pelanggan lainnya.²⁹

5) *Revenue stream* (Aliran pendapatan)

Revenue streams adalah pemasukan yang biasanya diukur dalam bentuk uang yang diterima perusahaan dari pelanggannya. *Revenue streams* bukan

²⁹ *Ibid*, h. 133

mempresentasikan keuntungan yang didapat, karena secara umum diketahui bahwa keuntungan merupakan pendapatan bersih setelah dikurangi biaya-biaya usaha. Ada beberapa cara untuk mendapatkan *revenue streams* diantaranya penjualan asset, biaya pemakaian, biaya langganan, sewa, lisensi, biaya jasa perantara, iklan, dan donasi.³⁰

6) *Key resources* (Sumber daya utama)

Key resources merupakan sumber daya yang memungkinkan organisasi menjalankan kegiatan untuk menawarkan nilai tambah, menjangkau pasar, menjaga hubungan dengan segmen pelanggan, dan menghasilkan uang. Adapun pengelompokan *key resources* sebagai berikut:

- a) Manusia, sumber daya utama organisasi. Misalnya, perusahaan farmasi yang membutuhkan ilmuwan berpengalaman dan tenaga kerja yang terampil.
- b) Fasilitas, berupa fasilitas fisik dan nonfisik. Fasilitas fisik misalnya adalah bangunan, mesin, kendaraan dll. Fasilitas nonfisik seperti sistem kerja atau aturan bisnis.
- c) Teknologi, penentu untuk mewujudkan *value proposition* yang dijanjikan pelanggan. Misalnya, PT. Indosat yang menguasai teknologi terbaru untuk pengembangan perusahaan.
- d) Intelektual, sumber daya intelektual seperti *brand*, hak paten, dan hak cipta. Misalnya, merek Aqua yang sangat bernilai bagi pelanggan.
- e) *Channels*, saluran distribusi sangat penting bagi perusahaan untuk bisa bersaing.³¹

7) *Key activities* (Kegiatan kunci/utama)

Key activities adalah serangkaian kegiatan dalam suatu organisasi untuk menciptakan suatu produk atau jasa yang diinginkan pelanggan dengan menyampaikannya, membina hubungan dengan pelanggan dan mengelola pendapatan dari pelanggan.³² Adapun pengelompokan *key activities* diantaranya adalah:

³⁰ *Ibid*, h. 146

³¹ *Ibid*, h. 168

³² *Ibid*, h. 186

- a) Operasi produksi, serangkaian kegiatan yang berhubungan dengan perancangan, pembuatan, dan penyerahan produk dalam jumlah banyak. Contohnya, produsen barang konsumsi.
- b) Operasi jasa, untuk memberikan solusi yang dihadapi pelanggan. Contohnya, usaha *travel*.
- c) *Platform* dan jaringan, segala aktivitas yang meliputi perancangan, pembangunan, dan pengembangan *software* dan *hardware*. Contohnya, suatu organisasi bisnis membuat katalog produk kemudian mendistribusikan informasi produknya melalui *website*, *blog* dan media sosial.³³

8) *Key partnership* (Kemitraan)

Menurut Ostwerlader *key partnership* adalah kesepakatan kerjasama antara dua atau lebih perusahaan untuk menyelesaikan proyek tertentu bersama-sama secara spesifik dengan mengoordinasikan kemampuan, sumber daya atau kegiatan yang diperlukan. Adapun tujuan *key partnership* adalah sebagai berikut:

- a) Optimasi operasi.
- b) Mendapatkan sumber daya.
- c) Mendapatkan pengetahuan.
- d) Akuisisi pasar.

Sedangkan motivasi para pihak yang bermitra diklasifikasikan kedalam tiga kelompok diantaranya:

- a) Optimasi dan skala ekonomis, untuk mengoptimalkan operasional, perusahaan menekan biaya untuk mencapai skala ekonomi. Sangat sulit bagi perusahaan dengan mengandalkan sumber daya sendiri. Misalnya, perusahaan pembuat mobil bermitra dengan perusahaan yang membuat komponen mobil.
- b) Pengurangan resiko dan ketidakpastian, perusahaan saling bermitra untuk menghindari resiko dan ketidakpastian dalam mendapatkan bahan baku dan menghadapi pemasok.
- c) Akuisisi sumber daya dan kegiatan tertentu, untuk mengembangkan kompetensi sumber daya dalam menjalankan

³³ *Ibid*, h. 188

bisnisnya, perusahaan harus bermitra dengan mengakuisisi sumber daya dan kegiatan lainya.³⁴

9) *Cost structure* (Struktur biaya)

Cost structure adalah rincian semua biaya operasi suatu bisnis. Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur menyebutkan terdapat dua jenis *cost structure* sebagai berikut:

a) *Cost-driven*

Cost-driven adalah membuat struktur biaya menjadi lebih sederhana. Caranya adalah dengan menetapkan segmen pelanggan yang sensitif harga (*low-budget*), menawarkan *value propositions* murah, mengurangi SDM melalui otomatisasi.

b) *Value driven*

Dalam model bisnis yang menekankan *value-driven*, efisiensi biaya tidak menjadi pertimbangan utama. Sasaran utamanya adalah memberi kepuasan kepada pelanggan dengan memberikan pelayanan premium.³⁵

c. Manfaat *Business Model Canvas* (BMC)

Adapun manfaat *business model canvas* (BMC) adalah sebagai berikut:³⁶

1. Membangun portofolio ide yang lebih terstruktur

Jika membuat rencana bisnis dengan proposal bisnis, hal tersebut bisa menghabiskan waktu hingga berminggu minggu, bahkan berbulan-bulan untuk bisa menuliskan satu ide bisnis yang akan direncanakan. Namun, jika menggunakan metode bisnis kanvas hanya perlu menghabiskan waktu beberapa menit hingga jam untuk membuat sketsa modelnya dengan berbagai ide bisnis. Bisa dikatakan metode bisnis kanvas mudah dalam menjabarkan ide bagi pemula bisnis yang lebih terstruktur.

2. Menyusun strategi kedepan

Memetakan bisnis dengan metode *business model canvas*, tidak hanya berfokus pada bagian *marketing* atau bagian produk saja dari suatu bisnis yang

³⁴ *Ibid*, h. 204

³⁵ *Ibid*, h. 60

³⁶ Fitri Nur Baity, "Manfaat Menggunakan Bisnis Model Kanvas," didapat dari <http://cintaihidup.com> [home page on-line]: Internet (diakses tanggal 05 Maret 2020)

dijalankan, namun BMC akan memperhatikan seluruh elemen yang ada dan membangun bisnis tersebut. Dengan begitu, pemilik usaha akan sangat mudah untuk menentukan bagaimana strategi bisnis yang harus dilakukan kedepannya.

3. Menambah *investor*

Business model canvas (BMC) dibuat supaya para *startup founder* bisa melihat dan memahami dengan jelas usaha yang berjalan. Dalam pengisian *bisnis model canvas* (BMC), haruslah dibuat dengan pemahaman yang kuat sehingga *bisnis model canvas* (BMC) yang dibuat sesuai dengan *startup* yang dijalankan. Ketika para *startup* sudah mengisi *bisnis model canvas* (BMC) dengan benar, maka ketika *founder* melakukan *pitching* di depan investor, mereka akan menyampaikan nilai dari *startup* mereka. Sehingga investor tertarik untuk menanamkan modal.

4. Mengurangi resiko

Secara tidak langsung, *business model canvas* dapat dijadikan dokumen pemetaan perencanaan bisnis untuk perusahaan. Ketika pelaku bisnis melakukan eksekusi bisnis, mereka dapat menjadikan *business model canvas* akan menjadi panduan perusahaan untuk menjalani eksekusi bisnis berdasarkan poin yang telah dirancang sebelumnya. Dengan demikian, perusahaan pun dapat mengurangi resiko kekeliruan dalam eksekusi bisnis.

5. Penempatan konsumen yang tepat

Dengan menggunakan metode *bisnis model canvas* (BMC) ini, kita juga bisa mengetahui bagaimana nilai proporsi atau nilai penempatan antara konsumen dengan produk yang ada dalam bisnis kita. Kita bisa mengetahui bagaimana layanan yang diberikan perusahaan kita kepada konsumen. Selain itu, kita juga bisa mengetahui bagaimana masalah konsumen bisa terpecahkan, lalu apakah konsumen kita merasa puas dengan pelayanan tersebut. bisnis yang baik akan dimulai dengan selalu mengutamakan konsumen di atas segalanya. Namun bisnis yang lemah adalah yang selalu mengutamakan produk namun kurang memperhatikan proporsi konsumennya.

6. Membangun inovasi

Bisnis yang baik adalah bisnis yang bisa terus berkembang mengikuti zaman dan juga memberikani pelayanan terbaik untuk konsumennya. Oleh karena itu, dengan adanya metode bisnis kanvas para pelaku bisnis akan lebih fokus pada

usahanya sehingga pelaku bisnis lebih mampu membuat perubahan (inovasi) pada bisnis yang dijalankan.

5. Strategi *Business Model Canvas* (BMC)

a. Pengertian

Menurut Chandler bahwa strategi adalah alat yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan jangka panjang.³⁷ Sedangkan menurut pendapat lain dikatakan bahwa strategi adalah suatu pernyataan yang mengarahkan individu dapat bekerjasama untuk mencapai tujuan dalam suatu organisasi.³⁸ Jadi, dapat disimpulkan bahwa strategi bisnis adalah alat yang digunakan oleh individu maupun perusahaan untuk mencapai tujuan jangka panjang dalam membangun sebuah bisnis.

b. Fungsi

Adapun fungsi strategi adalah sebagai berikut:³⁹

- 1) Mengkomunikasikan suatu visi yang diinginkan dicapai kepada orang lain.
- 2) Menghubungkan keunggulan organisasi dan peluang dari lingkungan.
- 3) Memanfaatkan keberhasilan yang didapat dan menyelidiki peluang-peluang baru.
- 4) Menghasilkan sumber daya yang lebih banyak.
- 5) Mengarahkan kegiatan kedepan.
- 6) Menanggapi keadaan yang dihadapi setiap waktu.

c. Metode Perumusan

Adapun metode perumusan strategi yang digunakan dalam menjalankan bisnis adalah analisis SWOT.

- 1) Pengertian

³⁷ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka, 2006), h. 3

³⁸ Sofjan Assauri, *Strategic Manajement* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h. 3, ed. 2

³⁹ *Ibidl*, h. 7

Analisis SWOT adalah proses mengidentifikasi berbagai faktor untuk merumuskan strategi perusahaan secara sistematis.⁴⁰ Sedangkan menurut pendapat lain dikatakan bahwa analisis SWOT adalah proses menganalisis keunggulan dan kelemahan perusahaan dan mengidentifikasi peluang dan ancaman.⁴¹ Jadi, dapat disimpulkan bahwa analisis SWOT adalah proses menganalisis keunggulan dan kelemahan perusahaan secara sistematis.

2) Unsur-Unsur

Adapun unsur-unsur dalam proses analisis SWOT adalah sebagai berikut:⁴²

- a) *Strengths* (Kekuatan)
- b) *Weaknesses* (Kelemahan)
- c) *Opportunities* (Peluang)
- d) *Threats* (Ancaman)

3) Faktor-Faktor

Adapun faktor-faktor dalam analisis SWOT adalah sebagai berikut:⁴³

- a) Faktor eksternal, faktor eksternal ini mempengaruhi terbentuknya *opportunities and threats* (O dan T). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi-kondisi yang terjadi di luar perusahaan yang mempengaruhi dalam pembuatan keputusan perusahaan. Faktor ini mencakup lingkungan industri dan lingkungan bisnis makro, ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan, dan sosial budaya.
- b) Faktor internal, faktor internal ini mempengaruhi terbentuknya *strengths and weaknesses* (S dan W). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi yang terjadi dalam perusahaan, yang mana ini turut mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan (*decision making*) perusahaan. Faktor internal ini meliputi semua macam manajemen fungsional : pemasaran, keuangan, operasi, sumber daya manusia, penelitian dan

⁴⁰ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, h. 19

⁴¹ Sofjan Assauri, *Strategic Manajement*, h. 71

⁴² Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, h. 19

⁴³ Zuhrotun Nisak, "Analisis SWOT Untuk Menentukan Strategi Kompetitif", dalam *Jurnal EKBIS*, vol. IX, hal. 3

pengembangan, sistem informasi manajemen dan budaya perusahaan (*corporate culture*).

4) Matriks SWOT

Matrik SWOT adalah alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan.⁴⁴ Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matrik ini dapat menghasilkan 4 set kemungkinan alternatif strategis.

Tabel 2.1
Matriks SWOT

IFAS EFAS	<i>STRENGTHS</i> (S) Tentukan 5-10 faktor-faktor kelemahan internal	<i>WEAKNESSES</i> (W) Tentukan 5-10 kekuatan internal
<i>OPPORTUNITIES</i> (O) Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang.
<i>THREATS</i> (T) Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman.

Sumber: *Fredy Rangkuti* (83)

⁴⁴ *Fredy Rangkuti, Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, h. 83

- a) Strategi SO (*Strength-Opportunities*), strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang yang sebesar-besarnya
- b) Strategi ST (*Strenghts-Threats*) adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.
- c) Strategi WO (*Weknesses- Opportunities*), strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
- d) Strategi WT (*Weknesses- Threats*) Strategi ini berdasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.⁴⁵

6. Bisnis Dalam Perspektif Islam

a. Pengertian

Adapun dalam Islam bisnis dapat dipahami sebagai serangkaian aktivitas yang berkenaan dengan transaksi jual beli yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan hartanya (barang/jasa), namun dibatasi dalam cara memperoleh dan menggunakan hartanya.⁴⁶

b. Landasan

Adapun landasan Al-Qur'an yang mengatur tentang bisnis adalah sebagai berikut:

1) An-Nisa: 29

﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۗ﴾⁴⁷

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.

⁴⁵ *Ibid*, h. 84

⁴⁶ *Ibid*

⁴⁷ Q.S. An-Nisa 4: 29

Dari ayat tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa dalam melakukan transaksi bisnis dilarang apabila terdapat didalamnya unsur riba, *ghashab*, mencuri, berhianat, kesaksian palsu, mendapatkan uang dengan sumpah palsu, bahkan meningkari kebenaran.

2) Fathir:29

﴿إِنَّ الَّذِينَ يَتْلُونَ كِتَابَ اللَّهِ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَنْفَقُوا مِمَّا رَزَقْنَاهُمْ سِرًّا وَعَلَانِيَةً يَرْجُونَ تِجْرَةً لَّان تَبُورَ ۚ﴾⁴⁸ (٢٩)

“Sesungguhnya orang-orang yang selalu membaca kitab Allah dan mendirikan shalat dan menafkahkan sebahagian dari rezeki yang kami anugerahkan kepada mereka dengan diam-diam dan terang-terangan, mereka itu mengharapkan perniagaan yang tidak akan merugi”.

Dari ayat tersebut dapat disimpulkan bahwa ketika mendapat keuntungan dalam berbisnis, hendaknya kita tidak lupa menyedekahkan sebagian harta atau menginfakannya ke jalan Allah. Selain itu, janganlah meninggalkan shalat dan bacalah Al-Qur’an sebagai pedoman hidup.

3) Ar-Rum: 39

﴿وَمَا آتَيْتُم مِّن رَّبًّا لَّيْرَبُوا فِي أَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرَبُّوا عِنْدَ اللَّهِ وَمَا آتَيْتُم مِّن زَكَاةٍ تُرِيدُونَ وَجْهَ اللَّهِ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُضْعِفُونَ﴾⁴⁹ (٣٩)

“Dan sesuatu riba (tambahan) yang kamu berikan agar dia bertambah pada harta manusia, maka riba itu tidak menambah pada sisi Allah. Dan apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai keridhaan Allah, maka (yang berbuat demikian) itulah orang-orang yang melipat gandakan (pahalanya)”.

Dari ayat tersebut dapat disimpulkan bahwa larangan riba atau keuntungan yang berlebih dalam berbisnis. Dan hendaknya kita tidak lupa untuk berzakat yang bertujuan untuk membersihkan harta kita dari riba.

4) Al-Baqarah: 282

﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْب كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ وَلْيَمْلِكِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسَ مِنْهُ

⁴⁸ Q.S Fathir 35:29

⁴⁹ Q.S. Ar-Rum 30:39

شَيْءٍ ۖ فَإِنْ كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيهًا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْتَطِيعُ أَنْ يُمِلَّ هُوَ فَلْيَمْلِكْ وَلِيَّهُ بِالْعَدْلِ ۚ وَأَسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ رَجَالِكُمْ فَإِنْ لَمْ يَكُونَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ وَامْرَأَتَانِ مِمَّن تَرْضَوْنَ مِنَ الشُّهَدَاءِ أَنْ تَضِلَّ إِحْدَاهُمَا فَتُذَكِّرَ إِحْدَاهُمَا الْأُخْرَىٰ وَلَا يَأْبَ الشُّهَدَاءُ إِذَا مَا دُعُوا وَلَا تَسْأَلُوا أَنْ تَكْتُبُوهُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَىٰ أَجَلِهِ ۚ ذَلِكُمْ أَقْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ وَأَقْوَمٌ لِلشُّهَدَةِ وَأَدْنَىٰ أَلَّا تَرْتَابُوا ۗ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجْرَةً حَاضِرَةً تُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَلَّا تَكْتُبُوهَا وَأَشْهَدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ وَلَا يُضَارَّ كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ وَإِنْ تَفَلَّحُوا فَإِنَّهُ فُسُوقٌ بِكُمْ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ وَيُعَلِّمُكُمُ اللَّهُ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

(٢٨٢) 50

“Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya, maka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berhutang itu mengimlakkan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikitpun daripada hutangnya. Jika yang berhutang itu orang yang lemah akalnya atau lemah (keadaannya) atau dia sendiri tidak mampu mengimlakkan, maka hendaklah walinya mengimlakkan dengan jujur. Dan persaksikanlah dengan dua orang saksi dari orang-orang lelaki (di antaramu). Jika tak ada dua orang lelaki, maka (boleh) seorang lelaki dan dua orang perempuan dari saksi-saksi yang kamu ridhai, supaya jika seorang lupa maka yang seorang mengingatkannya. Janganlah saksi-saksi itu enggan (memberi keterangan) apabila mereka dipanggil; dan janganlah kamu jemu menulis hutang itu, baik kecil maupun besar sampai batas waktu membayarnya. Yang demikian itu, lebih adil di sisi Allah dan lebih menguatkan persaksian dan lebih dekat kepada tidak (menimbulkan) keraguanmu. (Tulislah mu'amalahmu itu), kecuali jika mu'amalah itu perdagangan tunai yang kamu jalankan di antara kamu, maka tidak ada dosa bagi kamu, (jika) kamu tidak menulisnya. Dan persaksikanlah apabila kamu berjual beli; dan janganlah penulis dan saksi saling sulit menyulitkan. Jika kamu lakukan (yang demikian), maka sesungguhnya hal itu adalah suatu kefasikan pada dirimu. Dan bertakwalah kepada Allah; Allah mengajarmu; dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu”.

⁵⁰ Q.S. Al-Baqarah 2: 282

Dari ayat tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam melakukan transaksi bisnis harus ada pencatatan termasuk dalam hal hutang-piutang.

c. Tujuan

Adapun tujuan dari bisnis dalam perspektif Islam adalah sebagai berikut:⁵¹

- 1) Memperoleh keuntungan material dan non material.
- 2) Mendorong pertumbuhan ekonomi.
- 3) Menjaga keberlangsungan bisnis.
- 4) Memperoleh berkah dan ridho dari Allah.
- 5) Mendapatkan ketenangan lahir dan batin.

d. Asas-Asas

Adapun asas-asas bisnis dalam perspektif Islam adalah sebagai berikut:⁵²

a. Asas tauhid

Dari konsepsi ini, maka Islam menganjurkan dalam melakukan aktivitas bisnis harus memperhatikan tiga hal: (1) Tidak diskriminasi terhadap pekerja, penjual, pembeli, mitra kerja atas dasar pertimbangan ras, warna kulit, jenis kelamin atau agama; (2) Allah yang paling ditakuti dan dicintai; (3) Tidak menimbun kekayaan atau serakah, karena hakikatnya kekayaan merupakan amanah Allah.⁵³

Dalam Al-Qur'an Allah berfirman:

إِنَّ رَبَّكُمُ اللَّهُ الَّذِي خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ فِي سِتَّةِ أَيَّامٍ ثُمَّ اسْتَوَىٰ عَلَى الْعَرْشِ يُدَبِّرُ الْأَمْرَ مَا
 مِنْ شَافِعٍ إِلَّا مِنْ بَعْدِ إِذْنِهِ ذَلِكُمْ اللَّهُ رَبُّكُمْ فَاعْبُدُوهُ أَفَلَا تَذَكَّرُونَ⁵⁴

“Sesungguhnya tuhan kamu ialah Allah yang menciptakan langit dan bumi dalam enam masa, kemudian dia bersemayam diatas arsy untuk mengatur segala urusan. Tiada seorangpun yang akan memberi syafaat kecuali sesudah ada izin-Nya. (Dzat) yang demikian itulah Allah, tuhan kamu, maka sembahlah Dia. Maka apakah kamu tidak mengambil pelajaran?”

Dari ayat tersebut dapat disimpulkan bahwa hanya Allah SWT yang patut disembah karena tidak ada satu dzat pun yang dapat menandingi-Nya. Oleh karena

⁵¹ Asmuni dan Siti Mujiatun, *Bisnis Syariah*, h. 45

⁵² *Ibid*, h. 30

⁵³ Akhmad Nur Zaroni, “Bisnis Dalam Perspektif Islam”, h. 180

⁵⁴ Q.S. Yunus 10: 3

itu, dalam melakukan suatu hal hanya kepada Allah SWT hendaknya bertawakkal sehingga kita merasa takut untuk melakukan hal-hal yang curang atau licik.

b. Asas ta'awun (saling membantu)

Dari konsep ini, maka Islam menganjurkan dalam melakukan aktivitas bisnis harus saling tolong menolong atau saling membantu terhadap sesama muslim. Apabila seseorang kekurangan modal, maka kita yang mampu harus meminjamkannya. Tidak hanya bantuan uang melainkan bantuan non materil seperti tenaga, keahlian dan alat-alat yang bisa diberikan untuk mendorong aktivitas bisnis.⁵⁵ Dalam hadits Rasulullah SAW bersabda yang artinya “Allah akan senantiasa menolong hamba-Nya sepanjang ia mau menolong”.⁵⁶

c. Asas keadilan

Dari konsep ini, maka Islam menganjurkan dalam melakukan aktivitas bisnis harus berorientasi pada sikap dan perilaku yang seimbang dan adil dalam konteks hubungan antara manusia dengan diri sendiri, dengan orang lain (masyarakat) dan dengan lingkungan. Dalam Al-Qur'an Allah berfirman:

﴿وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزَنُوتُوا بِالْقِيسَاسِ أَلَمْ تَتَّقِيمَ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ۝ ٣٥﴾⁵⁷

“Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya”.

Dari ayat tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam berbisnis hendaknya menerapkan sikap adil kepada siapapun dan tidak ada unsur diskriminasi.

d. Asas kemerdekaan

Dalam konsep ini, maka Islam menganjurkan dalam melakukan aktivitas bisnis setiap muslim mempunyai kebebasan untuk membuat suatu perjanjian atau tidak, melaksanakan bentuk aktivitas bisnis tertentu, berkreasi mengembangkan potensi bisnis yang ada dan tidak melakukan pemaksaan dalam bentuk transaksi yang dilakukan.⁵⁸ Dalam Al-Qur'an Allah berfirman:

﴿ثُمَّ بَعَثْنَاكُمْ مِنْ بَعْدِ مَوْتِكُمْ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ ۝ ٥٦﴾⁵⁹

⁵⁵ Asmuni dan Siti Mujiatun, *Bisnis Syariah*, h. 33

⁵⁶ H.R. Turmuzy 5:324

⁵⁷ Q.S. Al-Isra 17: 35

⁵⁸ Akhmad Nur Zaroni, “Bisnis Dalam Perspektif Islam”, h. 181

⁵⁹ Q.S Al-Baqarah 2: 56

“Tidak ada paksaan untuk (memasuki) agama (Islam); sesungguhnya telah jelas jalan yang benar daripada jalan yang sesat. Karena itu, barangsiapa yang ingkar kepada Thaghut dan beriman kepada Allah, maka sesungguhnya ia telah berpegang kepada bulu tali yang amat kuat yang tidak akan putus. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui”.

Dari ayat tersebut dapat disimpulkan bahwa adanya kebebasan dalam melakukan bisnis baik dalam menciptakan inovasi baik dalam teknologi, promosi maupun kebebasan dalam menjalin kemitraan.

e. Sifat-Sifat yang dimiliki Pebisnis

Adapun sifat-sifat yang dimiliki seorang pebisnis dalam perspektif Islam adalah sebagai berikut:⁶⁰

- 1) *Siddiq* (Jujur/benar), dalam menjalankan bisnis, Islam mewajibkan untuk menunjukkan kejujuran dan tidak membohongi para pelanggan.
- 2) Amanah (Dapat dipercaya), seorang pebisnis tidak boleh mengurangi atau menambah sesuatu dari yang seharusnya atau dari yang telah disepakati. Itu bisa terjadi antara penjual dan pembeli, penyewa dan yang menyewakan dan sebagainya. Bersikap amanah mutlak diterapkan dalam setiap transaksi bisnis atau muamalah.
- 3) *Tabligh* (Menyampaikan), seorang pebisnis diharapkan mampu menyampaikan keunggulan-keunggulan produk dengan menarik dan tepat sasaran tanpa meninggalkan kejujuran dan kebenaran . Dengan itu, pelanggan dapat dengan mudah memahami pesan bisnis yang disampaikan.
- 4) *Fathanah* (Cerdas), harus memiliki jiwa kreatif dan inovatif dalam menjalankan usahanya. Selain itu, mampu memahami, menghayati dan mengenal tugas dan tanggung jawab bisnisnya dengan sangat baik.

⁶⁰ Murtiadi Awaluddin, “Pengaruh Kepribadian *Entrepreneursip* Islam dan Akses Informasi Terhadap Strategi Bisnis dan Kinerja Bisnis Usaha Kecil di Kota Makassar”, dalam *Jurnal Iqtisaduna*, vol. III, h. 6

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan dalam melakukan penelitian sehingga dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari penelitian terdahulu, penulis tidak menemukan penelitian dengan judul yang sama seperti judul penelitian penulis. Namun penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi.

Dari penelitian yang dilakukan Ita Athia, Ety Saraswati, dan Normaladewi (2018), mengenai “Penerapan *Business Model Canvas* (BMC) Untuk Mendorong *Mindset* Kewirausahaan di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Malang”, penelitian ini membahas tentang pemahaman mahasiswa dengan mengadakan pengenalan dan pendalaman *business model canvas* (BMC) untuk mendorong tumbuhnya jiwa kewirausahaan (*entrepreneurial mindset*) pada mahasiswa sehingga mahasiswa lulusan UNISMA Malang mampu menjalankan usaha dan nantinya mampu menjadi pencipta lapangan kerja.

Penelitian yang dilakukan oleh Andi Makkulau, Djabir Hamzah, dan Rahman Laba (2017) mengenai “Analisis Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan *Market Share* Dengan Menggunakan Pendekatan Analisis Business Model Canvas (BMC) dan *SWOT Analysis* Pada PT. Semen Tonasa”, penelitian ini membahas mengenai penerapan strategi bisnis dalam meningkatkan *market share* semen tonasa dengan menggunakan pendekatan analisis *business model canvas* (BMC) dan analisis SWOT ditengah persaingan pasar yang semakin ketat.

Wisnu Sakti Dewibroto (2012), dalam penelitiannya membahas mengenai “Penggunaan *Business Model Canvas* Sebagai Dasar Untuk Menciptakan Alternatif Strategi Bisnis dan Kelayakan Usaha”. Hasil dari penelitian ini adalah *business model canvas* (BMC) dapat menjadi *tools* yang sederhana guna menghasilkan alternatif strategi perusahaan yang berujung pada kelayakan finansial.

Ismiriati Nasip dan Eka Sudarmaji (2017), dalam penelitiannya membahas mengenai “Model Bisnis Kanvas: Alat Untuk Mengidentifikasi Peluang Bisnis Baru Bagi Pengusaha UKM Indonesia”. Hasil dari penelitian ini adalah ide-ide bisnis baru menjadi elemen penting bagi para pengusaha Usaha Kecil Menengah (UKM) di Indonesia sehingga diperlukan bisnis model kanvas sebagai alat untuk

identifikasi kemampuan pengusaha dalam mengenali, mengevaluasi dan mengembangkan kemampuan kewirausahaan.

Novitha Herawati, Triana Lindriati), dan Ida Bagus Suryaningrat (2019), dalam penelitiannya membahas mengenai “Penerapan Bisnis Model Kanvas Dalam Penentu Rencana Manajemen Usaha Kedelai Edame Goreng”. Hasil dari penelitian ini adalah implementasi *business model canvas* (BMC) dalam menentukan perencanaan bisnis edamame goreng terbaik terletak pada *value proposition*, *customer segment*, *revenue stream*, *channels*, *direct selling* dan *retailer*.

Berikut merupakan ringkasan dari penelitian terdahulu, berupa beberapa jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis.

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul Penelitian	Kesimpulan
1	Ita Athia, Ety Saraswati, dan Andi Normaladewi (2018)	Penerapan <i>Business Model Canvas</i> (BMC) Untuk Mendorong <i>Mindset</i> Kewirausahaan di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Malang	<ol style="list-style-type: none"> 1. BMC secara metode, elemen bisnis, serta strategi mempengaruhi peningkatan <i>Mindset</i> Kewirausahaan pada mahasiswa secara signifikan. 2. Mahasiswa banyak yang belum paham mengenai BMC, sehingga BMC memberikan pemahaman kepada mahasiswa mengenai bisnis dalam 3 cara, yaitu BMC sebagai metode (alat atau cara menjalankan bisnis), BMC sebagai

			komponen (memperlihatkan apa saja yang dibutuhkan dalam menjalankan bisnis), BMC sebagai strategi (memodifikasi peluang untuk mengurangi resiko). 6
2	Andi Makkulau, Djabir Hamzah, Rahman Laba (2017)	Analisis Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan <i>Market Share</i> Dengan Menggunakan Pendekatan Analisis Business Model Canvas (BMC) dan <i>SWOT Analysis</i> Pada PT. Semen Tonasa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Implementasi <i>business model canvas</i> (BMC) di PT semen Tonasa belum maksimal dan belum mampu memenangi persaingan pasar. 2. Strategi bisnis yang cocok diterapkan adalah strategi pertumbuhan agresif dengan prioritas pada strategi penetrasi pasar yaitu mempertahankan dan meningkatkan <i>market share</i> melalui kombinasi strategi harga yang lebih kompetitif didukung dengan promosi agresif dan peningkatan pelayanan kepada seluruh <i>customer segments</i> melalui

			sistem distribusi (<i>channels</i>) yang lebih efektif.
3	Wisnu Sakti Dewibroto (2012)	Penggunaan <i>Business Model Canvas</i> Sebagai Dasar Untuk Menciptakan Alternatif Strategi Bisnis dan Kelayakan Usaha	<i>Business model canvas</i> dapat menjadi <i>tools</i> yang sederhana guna menghasilkan alternatif strategi perusahaan yang berujung pada kelayakan finansial.
4	Ismiriati Nasip dan Eka Sudarmaji (2017)	Model Bisnis Kanvas: Alat Untuk Mengidentifikasi Peluang Bisnis Baru Bagi Pengusaha UKM Indonesia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ide utama dari penelitian ini adalah bahwa ada begitu banyak pengusaha UKM yang harus diseleksi sebelum diberikan bantuan atau insentif; keputusan untuk memberikan hanya dapat dilakukan kepada pengusaha yang memenuhi syarat saja. 2. Kompetisi bisnis adalah kendala terbesar bagi pengusaha dalam melakukan dan mengembangkan bisnis mereka saat ini, yang merupakan salah satu dari sepuluh hambatan yang dihadapi oleh

			<p>pengusaha UKM saat ini.</p> <p>3. Studi ini membantu memahami bagaimana aspek ‘orientasi-pengusaha’ dan kemampuan mengidentifikasi peluang bisnis melalui penciptaan ide-ide bisnis baru yang menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari seri-seri pelatihan yang harus dilakukan oleh para penyelenggara pelatihan kewirausahaan.</p>
5	Novitha Herawati, Triana Lindriati), dan Ida Bagus Suryaningrat (2019)	Penerapan Bisnis Model Kanvas Dalam Penentu Rencana Manajemen Usaha Kedelai Edame Goreng.	Perencanaan model bisnis terbaik usaha edamame goreng terletak pada komponen <i>value proposition</i> pada model bisnis kanvas adalah renyah, alami, kemasan berstiker, dan penggunaan minyak goreng yang baik. Komponen <i>customer segment</i> adalah pembeli seluruh wilayah Kabupaten Jember, pria dan wanita pada rentang usia di atas 20

			<p>tahun dengan penghasilan menengah ke atas. Komponen <i>revenue stream</i> adalah penjualan produk edamame goreng, penjualan minyak yang tidak terpakai, penjualan kulit edamame kepada peternak. Selain itu, komponen <i>channels</i> yang digunakan pada usaha edamame goreng adalah <i>direct selling</i> dan <i>retailer</i> di lingkungan Kabupaten Jember.</p>
--	--	--	--

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah pada penelitian terdahulu hanya menjelaskan *business model canvas* dan *mindset* kewirausahaan pada mahasiswa. Sedangkan pada penelitian ini hal yang ingin dituju adalah untuk mengetahui pemahaman mahasiswa dalam menggunakan *business model canvas* (BMC) dengan menggabungkan analisis SWOT. Selain itu, dalam penelitian ini penulis memperkuat data penelitian dengan kuesioner.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Metode penelitian yang akan diterapkan pada penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Alasan peneliti menggunakan penelitian kualitatif adalah karena penelitian ini bersifat deskriptif yang data-datanya berupa tulisan, kata-kata dan dokumen yang berasal dari sumber atau informan yang diteliti. dan menggunakan analisis dalam menjelaskan fenomena yang sesungguhnya.⁶¹

Metode penelitian kualitatif menurut Creswell terbagi menjadi lima macam yaitu fenomenologis, *grounded theory*, etnografi, studi kasus, dan penelitian naratif.⁶² Dalam penelitian ini, penulis menggunakan penelitian lapangan (*field research*) atau studi kasus. Studi kasus adalah suatu penyelidikan yang menggunakan berbagai sumber bukti untuk mengetahui lebih dalam dan terperinci tentang suatu permasalahan atau fenomena dalam kehidupan sebenarnya.⁶³

Adapun yang menjadi obyek penelitian ini adalah Program Studi Manajemen Bisnis Syariah FAI UMSU. Peneliti mensurvei langsung kelapangan dengan mencatat dan mengumpulkan berbagai informasi yang peneliti temukan di lapangan sesuai dengan informasi yang peneliti butuhkan.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Agama Islam UMSU yang beralamat di Jl. Kapten Muchtar Basri no. 3 Kota Medan, Sumatera Utara. Alasan peneliti memilih lokasi ini karena dengan pertimbangan bahwa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah adalah satu-satunya program studi yang ada di Sumatera Utara dan itu hanya ada di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Selain itu, Program Studi tersebut belum pernah dilakukan penelitian dengan judul yang sama serta peneliti adalah salah satu bagian dari mahasiswa

⁶¹ Azuar Juliandi et al, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Medan: UMSU Press, 2014), hal. 11.

⁶² Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi* (Bandung: Alfabeta, 2016), h 14

⁶³ Morissan, *Riset Kualitatif* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019), h. 130

Program Studi Manajemen Bisnis Syariah semester VIII. Oleh karena itu, pemilihan lokasi ini diharapkan nantinya akan menambah referensi penelitian khususnya untuk Program Studi Manajemen Bisnis Syariah. Penelitian dilaksanakan mulai Januari 2020 sampai penelitian selesai. Adapun perencanaan jadwal penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 1
Perencanaan Jadwal Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Bulan/Minggu																			
		Januari				Februari				Maret				April				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul	■	■	■	■																
2	Penyusunan Proposal					■	■	■	■												
3	Bimbingan Proposal									■	■	■	■								
4	Seminar Proposal														■						
5	Pengumpulan Data															■	■				
6	Bimbingan Skripsi															■	■	■	■		
7	Sidang Meja Hijau																			■	

C. Kehadiran Peneliti

Kehadiran peneliti pada saat penelitian kualitatif merupakan suatu keharusan, karena penelitian jenis ini lebih mengutarakan temuan *interview* dan obsevasi yang dilakukan peneliti pada latar alami penelitian secara langsung. Dalam hal ini, identitas peneliti sudah dikenali ketika penelitian dimulai, dan mereka yang diamati (peserta) menyadari bahwa mereka tengah diteliti dan diamati.

Peneliti tidak hanya melakukan pengamatan akan tetapi juga menjadi bagian atau partisipan dari proses yang tengah diteliti. Bersamaan dengan itu juga, peneliti sebagai instrumen penelitian melakukan observasi terhadap berbagai fenomena yang ditemukan pada latar alami penelitian, berupa perilaku maupun pemahaman mahasiswa semester VIII terkait *business model canvas* (BMC) yang ada di Program Studi Manajemen Bisnis Syariah FAI UMSU.

Oleh karena itu, kemampuan wawancara dan pengamatan penelitian yang diperkuat dengan kuesioner untuk memahami fokus penelitian secara mendalam sangat dibutuhkan dalam rangka menemukan data yang optimal. Sehingga kehadiran peneliti untuk mengamati fenomena-fenomena secara intensif, merupakan keharusan.⁶⁴ Dalam melakukan penelitian ini kedudukan peneliti adalah sebagai perencana, pelaksanaan, pengumpulan data, penganalisis, penafsiran data, dan akhirnya sebagai pelapor hasil penelitian.⁶⁵

D. Tahapan Penelitian

Adapun tahapan-tahapan penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Tahap Pra-Lapangan

Tahapan-tahapan yang dapat dilakukan oleh peneliti sebagai pertimbangan yaitu: menyusun rencana penelitian, memilih lapangan penelitian, mengurus perizinan, menjajaki dan menilai lapangan, memilih dan memanfaatkan informan, menyiapkan perlengkapan penelitian dan memerhatikan etika penelitian.⁶⁶ Ditahap pra-lapangan ini, peneliti terlebih dahulu melihat kondisi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah FAI UMSU, dan mengobservasi serta menganalisis kondisi Program Studi tersebut.

Setelah melihat kondisi di dalam kelas, peneliti melanjutkan dengan mengevaluasi permasalahan yang ada untuk menjadi bahan yang akan diteliti, sehingga peneliti memilih untuk membahas bagaimana pemahaman mahasiswa semester VIII mengenai *business model canvas* (BMC) yang ada di Program Studi Manajemen Bisnis Syariah FAI UMSU, sehingga kedepannya dapat menjalankan suatu bisnis dan bisa mencari investor untuk pengembangan bisnisnya. Selanjutnya, peneliti dapat mengumpulkan data-data dan bahan untuk mengadakan seminar proposal dan berlanjut ke tahap lapangan.

2. Tahap Lapangan

Tahapan yang dilakukan di tahap ini adalah:

- a) Memahami latar penelitian, yaitu dengan membatasi penelitian dan menjaga penampilan.

⁶⁴ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Rosda, 2006) h. 9

⁶⁵ *Ibid*, h. 3

⁶⁶ Tohirin, *Metode Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), h 55

- b) Pengenalan hubungan peneliti di lapangan
- c) Menjelaskan kepada informan jangka waktu penelitian.
- d) Memasuki lapangan.
- e) Memudahkan komunikasi di lapangan.
- f) Pengarahan batas penelitian.
- g) Proses pengumpulan data, proses ini meliputi observasi lingkungan dengan melihat kondisi Fakultas dan Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, wawancara dengan pihak yang terkait dan memberikan kuesioner sebagai penguat penelitian.

E. Data dan Sumber Data

1. Data

Data adalah segala sesuatu yang sudah dicatat. Segala sesuatu itu bisa berbentuk dokumen, batu-batuan, air, pohon, dan manusia. Jenis data dalam penelitian ini adalah jenis data kualitatif. Data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, kalimat, gerak tubuh, ekspresi wajah, bagan, gambar, dan foto.⁶⁷

2. Sumber Data

a) Sumber data primer

Sumber data primer adalah sumber data yang diperoleh oleh peneliti langsung dari sumber tanpa perantara.⁶⁸ Data primer dapat diperoleh langsung dari hasil observasi dan wawancara yang diperkuat dengan memberikan kuesioner pada mahasiswa semester VIII Program Studi Manajemen Bisnis Syariah.

b) Sumber data sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data ke pengumpul data.⁶⁹ Data sekunder diperoleh dari berbagai jurnal ilmiah yang digunakan untuk menganalisis hasil penelitian, dokumen-dokumen grafis seperti: tabel, catatan, foto, rekaman video, dan lain sebagainya.

⁶⁷ Amri Darwis, *Metode Penelitian Pendidikan Islam* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h. 12

⁶⁸ *Ibid*, h. 122

⁶⁹ Sugiono, *Metode Penelitian Kombinasi*, h.308

F. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Teknik pengumpulan data dimana peneliti mengadakan pengamatan secara langsung terhadap objek yang diteliti. Metode observasi adalah suatu usaha untuk mengumpulkan data yang dilakukan secara sistematis dengan prosedur yang terstandar.⁷⁰ Dalam penelitian ini, observasi digunakan untuk mengetahui adanya perubahan tingkah laku tindakan belajar mahasiswa yang terdiri dari beberapa pemantauan yang dilakukan selama perkuliahan.

2. Wawancara

Wawancara merupakan teknik percakapan langsung dengan responden dimana peneliti mengajukan pertanyaan kepada responden dan responden menjawab pertanyaan peneliti secara lisan.⁷¹ Kegiatan ini dilakukan untuk mencari informasi secara mendalam dengan responden dengan memberikan beberapa pertanyaan tentang pemahaman *business model canvas* (BMC) pada mahasiswa semester VIII Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, FAI UMSU.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis sejumlah dokumen yang terkait dengan masalah penelitian.⁷² Dokumen-dokumen yang dihimpun dipilih sesuai dengan tujuan dan fokus masalah. Dalam penelitian ini metode dokumentasi digunakan untuk mendukung hasil wawancara dan observasi yang dilakukan peneliti tentang identifikasi mahasiswa semester VIII Program Studi Manajemen Bisnis Syariah antara lain seperti nama siswa, banyak siswa, nilai mata kuliah kewirausahaan, dan foto proses penelitian di Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, FAI UMSU.

4. Kuesioner

Kuesioner merupakan daftar pertanyaan terstruktur dengan alternatif jawaban yang tersedia, sehingga responden tinggal memilih jawaban sesuai dengan

⁷⁰ *Ibid*, h.188

⁷¹ Amri Darwis, *Metode Penelitian Pendidikan Islam*, h. 56

⁷² *Ibid*, h.57

aspirasi, persepsi, sikap, keadaan, atau pendapat pribadinya.⁷³ Kegiatan ini dilakukan untuk memperkuat penelitian tentang pemahaman *business model canvas* (BMC) pada mahasiswa semester VIII Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, FAI UMSU.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah suatu proses mengklasifikasi, memberikan kode-kode tertentu, mengolah dan menafsirkan data hasil penelitian, sehingga data hasil penelitian menjadi bermakna.⁷⁴ Dalam hal ini, hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dijabarkan kedalam unit-unit, disusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.⁷⁵

Spradley membagi analisis data selama di lapangan berdasarkan tahapan dalam penelitian kualitatif yaitu: analisis domain, analisis taksonomi, analisis komponen, dan analisis tema kultural.⁷⁶ Adapun analisis data dalam penelitian ini adalah analisis komponensial. Analisis komponensial adalah mencari ciri spesifik pada setiap struktur internal dengan cara mengontraskan antar elemen, dilakukan melalui observasi dan wawancara terseleksi dengan pertanyaan.⁷⁷

Selain itu, dalam analisis ini juga mempersentasikan hasil kuesioner yang telah disebar pada mahasiswa semester VIII Program Studi Manajemen Bisnis Syariah. Kuesioner yang disebar sebanyak 21 pertanyaan dengan pilihan jawaban Benar atau Salah kepada seluruh mahasiswa semester VIII program Studi Manajemen Bisnis Syariah yakni sebanyak 35 orang.

H. Pemeriksaan Keabsahan Temuan

Pemeriksaan keabsahan temuan penelitian ini dapat dilakukan melalui uji kredibilitas (*credibility*). Hal ini bermakna bahwa hasil penelitian harus dapat dipercaya oleh semua pembaca secara kritis dan dari responden sebagai informan.⁷⁸

⁷³ Eko Nugoho, *Prinsip-prinsip Menyusun Kuesioner* (Malang: UB Press, 2018), h. 19

⁷⁴ Amri Darwis, *Metode Penelitian Pendidikan Islam*, h. 57

⁷⁵ Sugiono, *Metode Penelitian Kombinasi*, h. 333

⁷⁶ Amri Darwis, *Metode Penelitian Pendidikan Islam*, h. 146

⁷⁷ *Ibid*, h. 150

⁷⁸ Sugiono, *Metode Penelitian Kombinasi*, h. 365

Dalam penelitian ini pengujian kredibilitas menggunakan cara triangulasi, khususnya triangulasi teknik. Triangulasi adalah pengecekan data dan berbagai sumber data dengan berbagai cara dan berbagai waktu.⁷⁹ Dalam triangulasi teknik dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber data yang sama dengan teknik yang berbeda.⁸⁰ Data diperoleh dengan wawancara, lalu dicek dengan observasi, dokumentasi, atau kuesioner.

⁷⁹ Amri Darwis, *Metode Penelitian Pendidikan Islam*, h. 154

⁸⁰ *Ibid*, h. 155

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Penelitian

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

a. Sejarah singkat berdirinya Program Studi Manajemen Bisnis Syariah

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara disingkat UMSU, adalah amal usaha dibawah persyarikatan Muhammadiyah yang berasas Islam dan bersumber pada Al-Qur'an dan Sunnah didirikan di Medan pada tanggal 27 Februari 1957 yang berkedudukan di kota Medan Propinsi Sumatera Utara.

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, didirikan atas prakarsa beberapa tokoh ulama Muhammadiyah, HM Bustami Ibrahim, D. Diyar Karim, Rustam Thayib, M. Nur Haitami, Kadiruddin Pasaribu, Dr. Darwis Datuk Batu Besar, H. Syaiful UA, Abdul Mu ' thi dan Baharuddin Latif.

UMSU yang sekarang ini bermula dari lahirnya fakultas Falsafah dan Hukum Islam Muhammadiyah (FAFHIM) yang kemudian menjadi Perguruan Tinggi Muhammadiyah (PTM) Sumatra Utara pada tahun 1968, mengasuh 3 (tiga) fakultas: (1) Fakultas Ilmu Pendidikan (FIP), (2) Fakultas Ilmu Agama Jurusan Dakwah (FIAD), dan (3) Fakultas Syariah. UMSU dikukuhkan dengan Piagam Pendirian oleh PP Muhammadiyah Majelis Pendidikan dan Pengajaran Nomor 2661/0/07/1974 tanggal 28 Mei 1974.

Awal berdirinya FIP UMSU merupakan binaan dari FIP Universitas Muhammadiyah Jakarta (UMJ) dan pada tahun 1974 berdiri sendiri, sedangkan FIAD yang bercabang ke Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat berdiri sendiri dan mengubah nama menjadi Fakultas Ushuluddin. Lahirnya fakultas-fakultas lain tidak terlepas dari peran serta Kopertis Wilayah I atas nama Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI dan Kopertais Wilayah IX atas nama Menteri Agama RI.

UMSU yang berganda mengasuh 3 (tiga) fakultas di Fakultas Ilmu Pendidikan, Fakultas Ilmu Agama Jurusan Dakwah, dan Fakultas Syariah seiring

perjalanan waktu berkembang pesat. UMSU saat ini memiliki delapan fakultas yaitu Fakultas Pertanian, Fakultas Teknik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Fakultas Hukum, Fakultas Agama Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, dan Fakultas Kedokteran yang didirikan Tahun 2008. Untuk program Pascasarjana delapan Program Studi Magister Manajemen, Akuntansi, Hukum, Kenotariatan, Komunikasi, Teknik Elektro dan Matematika serta Manajemen Pendidikan. UMSU juga sedang sedang menunggu proses pelaksanaan Program Doktorat Hukum.

UMSU juga menjadi pembina beberapa Sekolah Tinggi Muhammadiyah, seperti: Universitas Muhammadiyah Tapanuli Selatan (UMTS) di Padangsidempuan, STIE Muhammadiyah Asahan di Kisaran dan STI Tarbiyah di Sibolga. Kampus pertama UMSU berada di Jalan Gedung Arca yang saat ini digunakan oleh Fakultas Kedokteran. Seiring dengan pertumbuhan jumlah mahasiswa yang dibangunnya kampus baru yang terletak di Jl. Mukhtar Basri, dan kini menjadi gedung utama. Kampus utama jarak 6100 m atau dengan waktu tempuh tempuh 13 menit dari kampus lama.

Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara merupakan gabungan dari dua fakultas sebelumnya yaitu Fakultas Ushuluddin dan Tarbiyah, izin operasional Fakultas Ushuluddin dengan status terdaftar dari Pemerintah c/q Departemen Agama RI tahun 1975 dengan Nomor: KEP/D.VI/177/1975 tanggal 27 Juni 1975. Sedangkan izin operasional dengan status terdaftar Fakultas Tarbiyah dari Pemerintah c/q Departemen Agama RI tahun 1989 dengan Nomor 55 tahun 1989 tanggal 1 Maret.

Status Terdaftar Program Studi Pendidikan Agama Islam meningkat dari “TERDAFTAR” menjadi “DIAKUI” Tahun 1996 tanggal 17 Oktober 1996 terjadi perubahan dengan Surat Keputusan Menteri Agama RI Nomor: 56 Tahun 1992 tanggal 19 Februari 1992. Sampai 16 Oktober 1996 PS Pendidikan Agama Islam ini masih bernama Fakultas Tarbiyah. Perubahan nama menjadi Fakultas Agama Islam terjadi pada tanggal 17 Oktober 1996 jurusan Pendidikan Agama Islam (Tarbiyah) dan jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (Dakwah) dengan nomor 497 tahun 1996 tanggal 17 Oktober 1996.

Perkembangan perubahan menjadi Fakultas Agama Islam secara singkat dapat dilihat sebagai berikut: (1) Tahun 1975: Fakultas Ushuluddin; (2) Tahun 1980: Fakultas Syariah; (3) Tahun 1987: Fakultas Tarbiyah; dan (4) Tahun 1996 : Fakultas Agama Islam. Fakultas Agama Islam memiliki 4 Program Studi diantaranya: (1) Pendidikan Agama Islam; (2) Pendidikan Islam Anak Usia Dini; (3) Perbankan Syariah; dan (4) Manajemen Bisnis Syariah.

Manajemen Bisnis Syariah adalah salah satu program studi yang meraih peringkat akreditasi A di Fakultas Agama Islam dari Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi.

b. Visi dan Misi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah

1) Visi

Menjadi program studi yang unggul dalam membangun peradaban bangsa dengan mengembangkan Ilmu pengetahuan, teknologi dan sumber daya manusia di bidang Bisnis Manajemen Syariah berdasarkan al-Islam dan Kemuhammadiyah.

2) Misi

Adapun misi Program Studi Manajemen Syariah adalah sebagai berikut:

- 1) Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran di bidang bisnis dan manajemen syari'ah berdasarkan al-Islam Kemuhammadiyah.
- 2) Menyelenggarakan penelitian, pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi di bidang bisnis dan manajemen syari'ah berdasarkan al-Islam dan Kemuhammadiyah.
- 3) Melakukan pengabdian kepada masyarakat melalui pemberdayaan dan pengembangan kehidupan masyarakat berdasarkan al-Islam dan Kemuhammadiyah.

3) Tujuan

Adapun tujuan Program Studi Manajemen Bisnis Syariah adalah sebagai berikut:

- 1) Menghasilkan lulusan Bisnis dan Manajemen Syariah yang professional, kreatif, mandiri dan bertanggungjawab
- 2) Mewujudkan manajemen program studi yang bertanggungjawab.
- 3) Menghasilkan penelitian dan karya ilmiah di bidang Bisnis dan Manajemen Syariah.
- 4) Menciptaan jaringan kemitraan yang berkesinambungan di bidang Bisnis dan Manajemen Syariah.
- 5) Mewujudkan masyarakat yang berkualitas, berpengetahuan, islami dan mandiri.

c. Struktur Organisasi

Penetapan struktur organisasi merupakan suatu hal yang sangat penting dalam suatu perusahaan sebagai alat untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Struktur organisasi juga menuntukkan bahwa masing-masing bagian yang dipimpin bertanggungjawab pada seorang atasan, hingga masing-masing pegawai mendapatkan satu komando dalam setiap kegiatannya dan dapat dengan jelas diketahui darimana dia mendapat perintah dan kepada siapa dia harus mempertanggungjawabkan hasil kerjanya. Struktur Organisasi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah tertera pada lampiran.

B. Deskripsi Data

Berdasarkan dengan tujuan penelitian di atas, untuk menganalisis pemahaman *business modal canvas* (BMC) pada mahasiswa semester VIII Program Studi Manajemen Bisnis Syariah FAI UMSU dengan menggunakan teknik dan metode pengumpulan data yang telah dilakukan oleh peneliti, deskripsi data ini merupakan upaya yang dilakukan peneliti dalam mengungkapkan data dengan benar melalui proses wawancara yang diperkuat dengan kuesioner.

Berkaitan dengan permasalahan yang terjadi di lokasi, peneliti berusaha menggali informasi dengan melakukan beberapa penelitian seperti wawancara terhadap pihak yang bersangkutan yaitu mahasiswa semester VIII Program Studi Manajemen Syariah FAI UMSU. Dalam menentukan besaran sampel yang digunakan dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel

total sampling yang berarti jumlah sampel yang diambil adalah jumlah populasi yang ada yaitu sebanyak 35 orang mahasiswa (30 orang kelas pagi dan 5 orang kelas siang). Akan tetapi, dari 35 orang mahasiswa peneliti melakukan penyaringan kembali dengan melakukan wawancara kepada mahasiswa yang memiliki Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) diatas 3,50.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan melalui *google form* bahwa ditemukan 20 orang mahasiswa yang memiliki IPK diatas 3,50. Adapun jumlah pertanyaan yang diberikan sebanyak 6 pertanyaan pada kurun waktu April 2020, maka dengan jawaban 20 orang mahasiswa dapat peneliti interpretasikan sebagai berikut:

1. Pada pertanyaan ke-1, sebanyak 15 orang responden menjawab dengan jawaban yang sama yaitu *business model canvas* (BMC) adalah kerangka kerja untuk perencanaan bisnis yang lebih sederhana dan terstruktur. Sedangkan sisanya menjawab *business model canvas* (BMC) adalah metode bisnis modern yang mempunyai 9 elemen untuk evaluasi usaha.
2. Pada pertanyaan ke-2, sebanyak 12 orang responden menjawab *business model canvas* (BMC) adalah sama dengan proposal bisnis. Sedangkan sisanya menjawab *business model canvas* (BMC) tidak sama dengan proposal bisnis.
3. Pada pertanyaan ke-3, sebanyak 18 orang responden menjawab dengan jawaban yang sama yaitu keuntungan *business model canvas* (BMC) antara lain yakni: (1) Lebih cepat; (2) Lebih sederhana; (3) Efektif bagi pemula; (4) Lebih mudah dipahami; (5) Menyusun strategi kedepan. Sedangkan sisanya menjawab keuntungan *business model canvas* (BMC) untuk mendapatkan pendanaan atau menambah investor.
4. Pada pertanyaan ke-4, sebanyak 15 orang responden menjawab *business model canvas* (BMC) memiliki 9 elemen. Sedangkan sisanya yakni 2 orang menjawab 5 elemen, 1 orang menjawab 10 elemen dan 2 orang lagi menjawab 6 elemen.
5. Pada pertanyaan ke-5, keseluruhan responden menjawab berminat berwirausaha.

6. Pada pertanyaan ke-6, sebanyak 17 orang responden menjawab kurang paham untuk implementasi *business model canvas* (BMC) yang diilustrasikan pada usaha masker. Sedangkan sisanya paham untuk mengimplementasikan usaha masker pada *business model canvas* (BMC).

Sedangkan untuk memperkuat hasil wawancara, peneliti memberikan kuesioner kepada mahasiswa semester VIII Program Studi Manajemen Bisnis Syariah FAI UMSU melalui *google form* yaitu sebanyak 35 orang dengan jumlah soal sebanyak 20 soal pada kurun waktu April 2020. Adapun jawaban 35 orang responden dapat peneliti interpretasikan sebagai berikut:

Tabel 4.1
Deskripsi Jawaban Kuesioner

Pertanyaan	Pilihan Jawaban		Jawaban Benar	Kesimpulan
	Benar	Salah		
1	33	2	Salah	Hanya 2 orang responden yang menjawab benar.
2	34	1	Benar	Sebanyak 34 orang responden yang menjawab benar.
3	24	11	Salah	Sebanyak 11 orang responden yang menjawab benar.
4	33	2	Salah	Hanya 2 orang responden yang menjawab benar.
5	25	10	Salah	Sebanyak 10 orang responden yang menjawab benar.
6	25	10	Salah	Sebanyak 10 orang responden yang menjawab benar.
7	25	10	Salah	Sebanyak 10 orang responden yang menjawab benar.
8	24	11	Salah	Sebanyak 11 orang responden yang menjawab benar.
9	33	2	Benar	Sebanyak 33 orang responden yang menjawab benar.

10	25	10	Salah	Sebanyak 10 orang responden yang menjawab benar.
11	31	4	Benar	Sebanyak 31 orang responden yang menjawab benar.
12	25	10	Salah	Sebanyak 10 orang responden yang menjawab benar.
13	30	5	Salah	Hanya 5 orang responden yang menjawab benar.
14	30	5	Salah	Hanya 5 orang responden yang menjawab benar.
15	29	6	Salah	Hanya 6 orang responden yang menjawab benar.
16	32	3	Benar	Sebanyak 32 orang responden yang menjawab benar.
17	27	8	Salah	Sebanyak 8 orang responden yang menjawab benar.
18	34	1	Salah	Hanya 1 orang responden yang menjawab benar.
19	34	1	Benar	Sebanyak 34 orang responden yang menjawab benar.
20	33	2	Salah	Hanya 2 orang responden yang menjawab benar.

Dari deskripsi jawaban kuesioner diatas, maka peneliti menyimpulkan tingkatan jawaban keseluruhan pertanyaan responden antara lain sebagai berikut; (1) 25% sebanyak 10 orang; (2) 30% sebanyak 5 orang; (3) 35% sebanyak 6 orang; (4) 40% sebanyak 3 orang; (5) 45% sebanyak 1 orang; (6) 50% sebanyak 1 orang; (7) 55% sebanyak 2 orang; (8) 60% sebanyak 1 orang; (9) 65% sebanyak 2 orang; (10) 70% sebanyak 2 orang; (11) 100% sebanyak 1 orang.

C. Pembahasan

Hasil penelitian diatas merupakan proses penelitian yang dilakukan peneliti melalui wawancara dan kuesioner pada mahasiswa semester VIII Program Studi Manajemen Bisnis Syariah FAI UMSU selama kurun waktu April 2020 dengan memenuhi persyaratan administrasi penelitian, dari awal pengurusan surat pra riset ,surat izin penelitian dari Fakultas Agama Islam Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara hingga penyebaran kuesioner dan melakukan wawancara kepada mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif tentang bagaimana analisis pemahaman *business model canvas* (BMC) pada mahasiswa semester VIII Program Studi Manajemen Bisnis Syariah FAI UMSU yang diterapkan. Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan, maka peneliti memaparkan beberapa hasil penelitian yang peneliti temukan, yaitu:

1) Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah FAI UMSU belum paham sepenuhnya mengenai *business model canvas* (BMC)

Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti pada mahasiswa semester VIII Program Studi Manajemen Bisnis Syariah yang memiliki IPK diatas 3,50 bahwa secara keseluruhan mereka paham mengenai pengertian *business model canvas* (BMC). Akan tetapi, secara konsep masih banyak yang belum memahami cara mengimplementasikan *business model canvas* (BMC).

Hal ini diperkuat dengan data jawaban kuesioner bahwa sedikit dari mahasiswa yang memiliki tingkat kebenaran jawaban diatas 65%. Ketidakhahaman tentang *business model canvas* (BMC) pada mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah FAI UMSU terkait dengan antara lain:

a. Elemen-elemen yang terdapat dalam *business model canvas* (BMC)

Mahasiswa semester VIII Program Studi Manajemen Bisnis Syariah belum sepenuhnya mengetahui jumlah dan arti dari setiap elemen-elemen yang ada pada *business model canvas* (BMC). Sebagian dari mahasiswa menjawab benar bahwa jumlah elemen-elemen yang ada dalam pada *business model canvas* (BMC) sebanyak 9 elemen. Akan tetapi, kebanyakan dari mereka belum memahami setiap

elemen-elemen yang harus diimplementasikan kedalam *business model canvas* (BMC).

Hal ini dibuktikan dengan jawaban wawancara yang dilustrasikan pada usaha masker disaat pandemi Covid-19 yang terjadi di Indonesia saat ini. Peneliti menganggap bahwa implementasi *business model canvas* (BMC) pada usaha masker disaat seperti ini sangat cocok dan mudah untuk mendorong *mindset* pemahaman mahasiswa Program Manajemen Bisnis Syariah FAI UMSU mengenai *business model canvas* (BMC).

Akan tetapi, mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah masih banyak yang kurang memahami maksud dari elemen-elemen *business model canvas* (BMC) baik dari penafsiran maupun implementasi setiap elemen-elemen *business model canvas* (BMC) sehingga mereka tidak mengetahui cara pengisiannya dengan *mindset* bisnis yang mereka miliki. Padahal, secara keseluruhan mahasiswa semester VIII Program Studi Manajemen Bisnis Syariah berminat untuk membuka usaha.

- b. Masih beranggapan bahwa proposal bisnis sama dengan *business model canvas* (BMC)

Mahasiswa semester VIII Program Studi Manajemen Bisnis Syariah FAI UMSU belum bisa membedakan antara proposal bisnis dengan *business model canvas* (BMC). Padahal, proposal bisnis dan *business model canvas* (BMC) adalah 2 hal yang berbeda. Secara pengertian mungkin tidak jauh berbeda, keduanya sama-sama dibuat pada tahap perencanaan bisnis agar lebih matang dan siap untuk dijalankan. Hanya saja, metode *business model canvas* (BMC) ini mencoba untuk menyederhanakan gambaran sebuah proses bisnis yang cukup kompleks. Sehingga, *business model canvas* (BMC) biasanya lebih mungkin dilakukan pada tahap awal validasi sebuah ide bisnis sebelum akhirnya dibuat penjabarannya dalam bentuk proposal.

- c. Keterkaitan *business model canvas* (BMC) dengan analisis SWOT

Business model canvas (BMC) dan analisis SWOT adalah dua unsur yang berbeda. Akan tetapi jika dikaitkan dengan konsep bisnis, analisis SWOT dapat membantu dalam pengisian *business model canvas* (BMC). Dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti bahwa mahasiswa semester VIII Program Studi Manajemen

Bisnis Syariah FAI UMSU menyatakan *business model canvas* (BMC) tidak dapat dikaitkan dengan analisis SWOT.

Padahal, setiap keunggulan dan peluang yang dirincikan dalam analisis SWOT bisa dijadikan *value propositions* pada *business model canvas* (BMC). Sedangkan kelemahan dan ancaman yang dirincikan dalam analisis SWOT bisa dijadikan strategi kedepan untuk meningkatkan *key activities*, *key resources* dan *channels*.

2) Mahasiswa semester VIII Program Studi Manajemen Bisnis Syariah FAI UMSU yang memahami konsep *business model canvas* (BMC) berjumlah 3 orang.

Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti pada mahasiswa semester VIII Program Studi Manajemen Bisnis Syariah yang memiliki IPK diatas 3,50 bahwa ditemukan hanya 3 orang responden yang memahami implementasi *business model canvas* (BMC). Hal ini diperkuat dengan data jawaban kuesioner bahwa sebanyak 3 orang dari 35 mahasiswa yang memiliki tingkat kebenaran jawaban diatas 65%.

Adapun rinciannya : (1) 25% sebanyak 12 orang; (2) 30% sebanyak 3 orang; (3) 35% sebanyak 6 orang; (4) 40% sebanyak 3 orang; (5) 45% sebanyak 1 orang; (6) 50% sebanyak 1 orang; (7) 55% sebanyak 2 orang; (8) 60% sebanyak 1 orang; (9) 65% sebanyak 2 orang; (10) 70% sebanyak 2 orang; (11) 100% sebanyak 1 orang.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa semester VIII Program Studi Manajemen Bisnis Syariah FAI UMSU hanya 3 orang dari 35 mahasiswa yang memahami implementasi konsep *business model canvas* (BMC).

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang analisis pemahaman *business model canvas* (BMC) pada mahasiswa semester VIII Program Studi Manajemen Bisnis Syariah FAI UMSU, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan dari apa yang telah dirumuskan dalam rumusan masalah sebagai berikut:

1. Pemahaman mahasiswa semester VIII Program Studi Manajemen Bisnis Syariah FAI UMSU mengenai *business model canvas* (BMC) sangat minim mulai dari jumlah elemen-elemen dan pengisian *business model canvas* (BMC).
2. Mahasiswa semester VIII Program Studi Manajemen Bisnis Syariah FAI UMSU yang memahami konsep *business model canvas* (BMC) berjumlah 3 orang dan sisanya sebanyak 32 orang belum memahami sepenuhnya apa itu *business model canvas* (BMC).

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka selanjutnya peneliti memberikan saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait. Adapun saran yang dapat disampaikan adalah:

1. Bagi pihak Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara diharapkan memberikan perhatian khusus terhadap Matakuliah Kewirausahaan mengenai metode pembelajaran, kurikulum, waktu belajar dan kompetensi dosen untuk memberikan ilmu mengenai *business model canvas* lebih jelas kepada mahasiswanya sehingga mahasiswa dapat memahami dan dapat mempraktekkan secara langsung. Dikarenakan pemahaman *business model canvas* (BMC) sama dengan ilmu-ilmu yang lain tidak dapat ditanamkan dalam waktu singkat, butuh proses dalam pembelajarannya.

2. Bagi peneliti selanjutnya agar dapat melakukan kajian mendalam mengenai analisis pemahaman mahasiswa mengenai *business model canvas* (BMC) dan mencari tahu apakah penerapan *business model canvas* (BMC) dilakukan pada bisnis syariah yang ada di Kota Medan.
3. Bagi mahasiswa disarankan agar lebih aktif baik dalam pemahaman *business model canvas* (BMC) dan mampu memberikan inovasi baru dalam dunia bisnis lewat ide-ide, keterampilan yang dimiliki mahasiswa sebagai modal untuk berwirausaha dan dapat memotivasi diri agar dapat sukses dalam berwirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Al- Qur'an dan Terjemahannya. 2019. Jakarta : Kementerian Agama Republik Indonesia
- Asmuni dan Mujiatun, Siti. *Bisnis Syariah*, Medan: Perdana Publishing, 2013.
- Assauri, Sofjan. *Strategic Manajement*, Jakarta: Rajawali Pers, 2016.
- Awaluddin, Murtadi. “Pengaruh Kepribadian *Entrepreneuership* Islam dan Akses Informasi Terhadap Strategi Bisnis dan Kinerja Bisnis Usaha Kecil di Kota Makassar”, *Jurnal Iqtisaduna*, Vol. 3, No. 1, 2017.
- Baity, Nur Fitri. “Manfaat Menggunakan Bisnis Model Kanvas”.
<http://cintaihidup.com> (diakses tanggal 05 Maret 2020).
- Darwis, Amri. *Metode Penelitian Pendidikan Islam*, Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- Dewobroto, S. Wisnu. “Penggunaan *Business Model Canvas* Sebagai Dasar Untuk Menciptakan Alternatif Strategi Bisnis dan Kelayakan Usaha”, *Jurnal Teknik Industri*, Vol. 1, No. 2, 2013.
- Harfiani, Rizka dan Fanreza, Robi. “Implementasi Model Pembelajaran *Lesson Study* Praktikum Wisata Dalam Upaya Meningkatkan Pemahaman Konsep dan Berpikir Kreatif Mahasiswa Pada Mata Kuliah Media dan Sumber Belajar Di Prodi Pendidikan Islam Anak Usia Dini Fakultas Agama Islam UMSU”, *Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini FAI UMSU*, Vol. 11, No. 1, 2019.
- Hartatik dan Baroto, Teguh. “Strategi Pengembangan Bisnis dengan Menggunakan *Business Model canvas* (BMC)”, *Jurnal Teknik Industri*, Vol. 18, No. 2, 2017.

Ismail, Muhammad. *Analisis Pengaruh Minat Mahasiswa Dalam Berwirausaha (Study Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara)*, Skripsi, Medan: Fakultas Agama Islam UMSU, 2018.

Juliandi, Azuar et. al. *Metodologi Penelitian Bisnis*, Medan: UMSU Press, 2014.

Makkulau, Andi et. al, “Analisis Strategi Bisnis dalam Meningkatkan *Market Share* dengan Menggunakan Pendekatan Analisis *Business Model Canvas* (BMC) dan *SWOT Analysis* pada PT Semen Sentosa”, *Jurnal Bisnis Manajemen dan Informatika*, Vol. 14, No. 1, 2017.

Moleong, J. Lexy. *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Rosda, 2006.

Morissan, *Riset Kualitatif*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2019.

Nisak, Zuhrotun. “Analisis SWOT Untuk Menentukan Strategi Kompetitif”, *Jurnal EKBIS*, Vol. 9, No. 2, 2013.

Nugoho, Eko. *Prinsip-prinsip Menyusun Kuesioner*, Malang: UB Press, 2018.

Rahman, Taufiqur. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemahaman Masyarakat Terhadap Wakaf Tunai (Studi Kasus Jama'ah Masjid Baitussalam Kelurahan Tejosari 24 A Kecamatan Metro Timur Kota Metro)*, Skripsi, Medan: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro, 2019.

Rahmi, Hayyu. *Analisis Bisnis Model dengan Pendekatan Business Model Canvas Terhadap Baitul Maal Wat Tamwil Masjid Al Azhar Jakarta Selatan*, Skripsi. Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah, 2019.

Rangkuti, Freddy. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka, 2006.

- Rukka, M. Rusli et. al. “Strategi Pengembangan Bisnis Keripik Bayam (*amaranthus hybridus*) dengan Pendekatan *Business Model Canvas*: Studi Kasus pada CV. OAG di Kota Makassar, Sulawesi Selatan”, *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, Vol. 14, No.1, 2018.
- Saptoto, Ridwan. “Hubungan Kecerdasan Emosi dengan Kemampuan Coping Adaptif”, *Jurnal Psikologi*, Vol. 37, No. 1, 2010.
- Sudjana, Nanana . *Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012.
- Suparman, Atwi. *Desain Instruksional Modern*, Jakarta: Erlangga, 2012
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, Bandung: Alfabeta, 2016.
- Tim PPM Manajemen, *Business Model Canvas*, Jakarta: PT. Gramedia, 2012.
- Tohirin, *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Wahana, Winanda dan Sinarti. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pemahaman Mahasiswa Pada Mata Kuliah Auditing di Politeknik Negeri Batam ”, *Jurnal Akuntansi dan Perpajakan*, Vol. 4, No.1, 2019.
- Zaroni, Nur Akhmad. “Bisnis Dalam Perspektif Islam”, *Jurnal Mazahib*, Vol. 4, No.2, 2007.

LAMPIRAN

DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

(Link: <https://forms.gle/EQrQFoRVwMKAg2AL6>)

1. Apa yang anda ketahui tentang Business Model Canvas (BMC)?
2. Apa BMC sama dengan proposal bisnis? Jika sama berikan alasan dan jika tidak sama berikan alasan juga.
3. Apa keuntungan menggunakan BMC ?
4. Berapa banyak elemen-elemen yang terdapat di BMC?
5. Jika anda berminat berwirausaha, usaha apa yang ingin anda jalankan?
6. Jika anda paham mengenai BMC, bagaimana menerapkan BMC pada usaha masker, mengingat virus corona yang meningkat di Indonesia? (Isi berdasarkan elemen-elemen BMC, contoh customer segments: tenaga medis yang ada di kota Tebing Tinggi, value propositions:....., dst)

JAWABAN WAWANCARA

(Link:https://docs.google.com/spreadsheets/d/1Ylf_FGg6oy5BZgZ6OYi2sMQhY6OJXrRxJc9d62vQ6ps/edit?usp=sharing)

Timestamp	Usia	Jenis Kelamin	IPK	1
4/23/2020 12:08:16	23	Perempuan	Diatas 3,50	Kerangka kerja yang membahas mengenai bisnis yang tuangkan berbentuk visual dan lukisan.
4/23/2020 12:10:18	20	Perempuan	Diatas 3,50	Kerangka yang membahas model bisnis dengan menggunakan kanvas lukisan
4/23/2020 12:30:04	21	Perempuan	Diatas 3,50	Bisnis model canvas adalah sebuah rancangan atau konsep bisnis yang terdiri dari 9 elemen khusus yang dilakukan oleh seorang entrepreneur.
4/23/2020 13:04:08	22	Perempuan	Diatas 3,50	BMC adalah kerangka kerja yang membahas soal model bisnis berupa kanvas lukisan
4/23/2020 13:08:28	21	Perempuan	Diatas 3,50	Suatu rencana atau kerangka kerja suatu bisnis dalam bentuk tabel atau lukisan yang mudah dipahami dan di mengerti.
4/23/2020 14:21:44	22	Perempuan	Diatas 3,50	Bmc ialah suatu rangkaian perencanaan yg ingin membuka usaha.
4/23/2020 19:10:19	22	Perempuan	Diatas 3,50	Kerangka bisnis yang dibuat dalam bentuk berupa lukisan.

4/23/2020 21:41:46	24	Perempuan	Diatas 3,50	Kerangka bisnis yg lebih sederhana untuk merencanakan atau meningkatkan usaha ke finansial yg layak.
4/23/2020 21:47:07	22	Perempuan	Diatas 3,50	BMC merupakan planning untuk membangun sebuah bisnis baru.
4/24/2020 17:02:24	22	Laki-Laki	Diatas 3,50	Metode bisnis modern.
4/24/2020 19:20:43	24	Perempuan	Diatas 3,50	Suatu kerangka kerja dalam model bisnis yang disajikan dalam bentuk lukisan atau kanvas agar dapat dipahami orang banyak..
4/24/2020 21:44:56	22	Perempuan	Diatas 3,50	Bisnis yg pakai kotak2
4/24/2020 21:44:57	22	Perempuan	Diatas 3,50	Canvas ialah suatu kerangka kerja yang disajikan dalam bentuk lukisan agar dapat mudah di mengerti dan dipahami.
4/24/2020 22:56:14	23	Perempuan	Diatas 3,50	Frame work bisnis yg lebih terstruktur dan simple.
4/28/2020 11:23:24	22	Perempuan	Diatas 3,50	untuk perencanaan usaha.
4/28/2020 11:27:46	22	Perempuan	Diatas 3,50	Petunjuk untuk pemula usaha.
4/28/2020 11:31:58	23	Perempuan	Diatas 3,50	Pemetaan bisnis yg lebih sederhana.
4/28/2020 21:11:31	22	Perempuan	Diatas 3,50	Kerangka bisnis untuk orang orang yg belajar memulai usaha.

4/28/2020 21:24:09	23	Laki-Laki	Diatas 3,50	Untuk wirausaha biar bisa dievaluasi usahanya agar tidak rugi.
-----------------------	----	-----------	-------------	--

Timestamp	Usia	Jenis Kelamin	IPK	2
4/23/2020 12:08:16	23	Perempuan	Diatas 3,50	Sama, cuma cara menyampaikan BMC menggunakan sketsa lukisan.
4/23/2020 12:10:18	20	Perempuan	Diatas 3,50	Berbeda. BMC hanya sebagai kerangka dan disajikan dalam bentuk visual dan hanya inti dari bisnis yang akan dijalankan sementara proposal bisnis dibuat dalam bentuk makalah.
4/23/2020 12:30:04	21	Perempuan	Diatas 3,50	Berbeda, karena dalam bisnis model canvas hanya sebuah konsep kerja bisnis yang berbentuk bagan atau tabel, sedangkan dalam proposal bisnis dalam bentuk deskripsi.
4/23/2020 13:04:08	22	Perempuan	Diatas 3,50	Sama, karena BMC dapat digunakan untuk semua bisnis tanpa terbatas bentuk usahanya apa.
4/23/2020 13:08:28	21	Perempuan	Diatas 3,50	Bmc dan propsal bisnis sama alasannya karena keduanya adalah rancangan atau rencana bisnis yang ingin dijalankan.

4/23/2020 14:21:44	22	Perempuan	Diatas 3,50	Sama, karna sama-sama membahas mengenai perencanaan bisnis.
4/23/2020 19:10:19	22	Perempuan	Diatas 3,50	Ya karena BMC juga mengenai konsep suatu bisnis hanya dibuat lebih sederhana dari proposal bisnis.
4/23/2020 21:41:46	24	Perempuan	Diatas 3,50	Berbeda, proposal lebih banyak sedangkan BMC hanya kerangka sederhana.
4/23/2020 21:47:07	22	Perempuan	Diatas 3,50	Sama, karena hampir seluruh sub BAB BMC terdapat dalam proposal.
4/24/2020 17:02:24	22	Laki-Laki	Diatas 3,50	Sama, keduanya sama-sama satu tujuan yaitu bisnis.
4/24/2020 19:20:43	24	Perempuan	Diatas 3,50	Sama, karena sama-sama membahas proposal suatu usaha yg akan dibuat.
4/24/2020 21:44:56	22	Perempuan	Diatas 3,50	sama, karena sama2 membahas perencanaan bisnis.
4/24/2020 21:44:57	22	Perempuan	Diatas 3,50	Tidak, karena Canvas hanya membahas kerja tidak membahas hitungan dana yang akan dikeluarkan dan akan masuk.
4/24/2020 22:56:14	23	Perempuan	Diatas 3,50	Tidak sama, proposal lebih bnyk yg dbahas n lama mengerjakanya.
4/28/2020 11:23:24	22	Perempuan	Diatas 3,50	sama, sama2 membahas marketing.

4/28/2020 11:27:46	22	Perempuan	Diatas 3,50	Sama, alasannya karena bmc n proposal dibuat untuk meminta pendanaan.
4/28/2020 11:31:58	23	Perempuan	Diatas 3,50	Sama, untuk pengembangan usaha.
4/28/2020 21:11:31	22	Perempuan	Diatas 3,50	Berbeda, BMC lebih fokus pada elemen2nya sedangkan proposal bisnis menjelaskan usaha lebih panjang.
4/28/2020 21:24:09	23	Laki-Laki	Diatas 3,50	Sama.

Timestamp	Usia	Jenis Kelamin	IPK	3
4/23/2020 12:08:16	23	Perempuan	Diatas 3,50	Lebih unik dan menarik
4/23/2020 12:10:18	20	Perempuan	Diatas 3,50	Mempercepat proses dalam menganalisis resiko bisnis.
4/23/2020 12:30:04	21	Perempuan	Diatas 3,50	Keuntungannya adalah dapat mengatur strategi yang akan digunakan ke depannya.
4/23/2020 13:04:08	22	Perempuan	Diatas 3,50	BMC sangat membantu untuk mempercepat proses analisis usaha kekuatan dan kekurangan bisnis.
4/23/2020 13:08:28	21	Perempuan	Diatas 3,50	1. Lebih cepat 2. Efektif bagi pembisnis awal.
4/23/2020 14:21:44	22	Perempuan	Diatas 3,50	Lebih mempersingkat dan lebih mudah dipahami.

4/23/2020 19:10:19	22	Perempuan	Diatas 3,50	Lebih mudah dimengerti, lebih <i>simple</i> .
4/23/2020 21:41:46	24	Perempuan	Diatas 3,50	Dapat digunakan untuk menambah investor ataupun mendapatkan fund dari perusahaan atau instansi.
4/23/2020 21:47:07	22	Perempuan	Diatas 3,50	BMC merupakan paper suatu perencanaan bisnis yang terstruktur sehingga mampu memudahkan para pembisnis pemula dalam memberikan konsep untuk tujuan ke depannya.
4/24/2020 17:02:24	22	Laki-Laki	Diatas 3,50	Lebih efisien.
4/24/2020 19:20:43	24	Perempuan	Diatas 3,50	Bmc lebih mudah dipahami.
4/24/2020 21:44:56	22	Perempuan	Diatas 3,50	untuk dapat pendanaan dari DIKTI.
4/24/2020 21:44:57	22	Perempuan	Diatas 3,50	Lebih mudah di desain dan mudah di pahami.
4/24/2020 22:56:14	23	Perempuan	Diatas 3,50	Untuk menyusun strategi, analisis resiko, lebih cepat, hemat waktu.
4/28/2020 11:23:24	22	Perempuan	Diatas 3,50	agar tahu cara marketing yg lebih baik.
4/28/2020 11:27:46	22	Perempuan	Diatas 3,50	Lebih terarah.
4/28/2020 11:31:58	23	Perempuan	Diatas 3,50	Lebihcepat buatnya.
4/28/2020 21:11:31	22	Perempuan	Diatas 3,50	Sangat cocok untuk pemula bisnis karena

				lebih mudah dan sederhana.
4/28/2020 21:24:09	23	Laki-Laki	Diatas 3,50	<i>Simple</i> gak rumit.

Timestamp	Usia	Jenis Kelamin	IPK	
4/23/2020 12:08:16	23	Perempuan	Diatas 3,50	9
4/23/2020 12:10:18	20	Perempuan	Diatas 3,50	5
4/23/2020 12:30:04	21	Perempuan	Diatas 3,50	9
4/23/2020 13:04:08	22	Perempuan	Diatas 3,50	9
4/23/2020 13:08:28	21	Perempuan	Diatas 3,50	9
4/23/2020 14:21:44	22	Perempuan	Diatas 3,50	9
4/23/2020 19:10:19	22	Perempuan	Diatas 3,50	9
4/23/2020 21:41:46	24	Perempuan	Diatas 3,50	9
4/23/2020 21:47:07	22	Perempuan	Diatas 3,50	9
4/24/2020 17:02:24	22	Laki-Laki	Diatas 3,50	10
4/24/2020 19:20:43	24	Perempuan	Diatas 3,50	9
4/24/2020 21:44:56	22	Perempuan	Diatas 3,50	9
4/24/2020 21:44:57	22	Perempuan	Diatas 3,50	9
4/24/2020 22:56:14	23	Perempuan	Diatas 3,50	9
4/28/2020 11:23:24	22	Perempuan	Diatas 3,50	6
4/28/2020 11:27:46	22	Perempuan	Diatas 3,50	6
4/28/2020 11:31:58	23	Perempuan	Diatas 3,50	8
4/28/2020 21:11:31	22	Perempuan	Diatas 3,50	9
4/28/2020 21:24:09	23	Laki-Laki	Diatas 3,50	5

Timestamp	Usia	Jenis Kelamin	IPK	5
4/23/2020 12:08:16	23	Perempuan	Diatas 3,50	Bisnis kuliner
4/23/2020 12:10:18	20	Perempuan	Diatas 3,50	Peternakan.
4/23/2020 12:30:04	21	Perempuan	Diatas 3,50	Dalam bidang pertanian
4/23/2020 13:04:08	22	Perempuan	Diatas 3,50	Membuka usaha Butik Muslimah.
4/23/2020 13:08:28	21	Perempuan	Diatas 3,50	Usaha petshop dan restoran.
4/23/2020 14:21:44	22	Perempuan	Diatas 3,50	Coffe shop.
4/23/2020 19:10:19	22	Perempuan	Diatas 3,50	Usaha dalam bidang kuliner.
4/23/2020 21:41:46	24	Perempuan	Diatas 3,50	Budidaya Tebu.
4/23/2020 21:47:07	22	Perempuan	Diatas 3,50	Usaha kuliner atau cemilan sehat
4/24/2020 17:02:24	22	Laki-Laki	Diatas 3,50	Grosir
4/24/2020 19:20:43	24	Perempuan	Diatas 3,50	Paket data dan pulsa
4/24/2020 21:44:56	22	Perempuan	Diatas 3,50	Warnet
4/24/2020 21:44:57	22	Perempuan	Diatas 3,50	Usaha toko sembako.
4/24/2020 22:56:14	23	Perempuan	Diatas 3,50	Budidaya lemon.
4/28/2020 11:23:24	22	Perempuan	Diatas 3,50	Warung bakso.
4/28/2020 11:27:46	22	Perempuan	Diatas 3,50	Jilbab.
4/28/2020 11:31:58	23	Perempuan	Diatas 3,50	Gula merah.
4/28/2020 21:11:31	22	Perempuan	Diatas 3,50	Retail.
4/28/2020 21:24:09	23	Laki-Laki	Diatas 3,50	Franchise.

Timestamp	Usia	Jenis Kelamin	IPK	6
4/23/2020 12:08:16	23 tahun	Perempuan	Diatas 3,50	Kurang paham
4/23/2020 12:10:18	20 tahun	Perempuan	Diatas 3,50	Kurang paham
4/23/2020 12:30:04	21 tahun	Perempuan	Diatas 3,50	Kurang paham
4/23/2020 13:04:08	22 tahun	Perempuan	Diatas 3,50	Kurang paham
4/23/2020 13:08:28	21 tahun	Perempuan	Diatas 3,50	Tidak paham
4/23/2020 14:21:44	22 tahun	Perempuan	Diatas 3,50	Kurang paham
4/23/2020 19:10:19	22 tahun	Perempuan	Diatas 3,50	Kurang paham
4/23/2020 21:41:46	24 tahun	Perempuan	Diatas 3,50	Customer segments: Tenaga medis kota medan, Value proposition: Kualitas produk dan pelayanan, Channels: Ig dan fb, Key resourches: Penjahit, mesin jahit, key activities: Produksi, packaging,promosi, distribusi, key partnerships: The fashion textile medan, revenue streams: Penjualan, customer relationships: Feedback dari customer, cost restructures: biays bahan baku, biaya promosi, biaya listrik, biaya perawatan mesin.
4/23/2020 21:47:07	22 tahun	Perempuan	Diatas 3,50	Lebih meningkatkan value positioning yaitu masker akan dibuat dengan bahan yang tebal dan didesign dengan warna dan corak-corak yang diinginkan konsumen.

4/24/2020 17:02:24	22 tahun	Laki-Laki	Diatas 3,50	Bisnis masker
4/24/2020 19:20:43	24 tahun	Perempuan	Diatas 3,50	Jika saya pengusaha masker, hal utama yg saya lakukan membagikan masker ke kampung-kampung secara gratis.
4/24/2020 21:44:56	22 tahun	Perempuan	Diatas 3,50	Saya kurang paham membuatnya.
4/24/2020 22:56:14	23 tahun	Perempuan	Diatas 3,50	Kurang paham.
4/28/2020 11:23:24	22 tahun	Perempuan	Diatas 3,50	CS: Tenaga medis rumah sakit n klinik yg ada di kabupaten sergai. VP: bahan dari katun yg lmbut, harganya 10k/pcs(terjangkau) Channel: Radio,Ig CR: Diskon yg membeli 5 kotak sebesar 20% atau berjumlah 500pcs KA: Produksi, distribusi, pembelian bahan, promosi KR: Penjahit, mesin jahit RS: Penjualan masker Cost: Biaya listrik, air, perawatan mesin, biaya bahan baku, biaya promosi, gaji KP: Toko textile
4/28/2020 11:27:46	22 tahun	Perempuan	Diatas 3,50	Jujur saya belum paham
4/28/2020 11:31:58	23 tahun	Perempuan	Diatas 3,50	Kurang mengerti, karena pengisiannya membingungkan.
4/28/2020 21:11:31	22 tahun	Perempuan	Diatas 3,50	Saya belum mengerti cara mengisi ke kotak2nya.
4/28/2020 21:24:09	23 tahun	Laki-Laki	Diatas 3,50	Customer segments: Masyarakat kecuali balita

				<p>di kota pematang siantar</p> <p>Value propositions: Harga murah, Kain lembut, bisa bayar COD</p> <p>Channels: Ig, fb n website</p> <p>Customer Relationship: Via call ataupun email untuk komentar n kritik</p> <p>Key activities: Produksi, packaging, distribusi, promosi, perawatan n pengembangan mesin jahit</p> <p>Key resourches: Penjahit, sales marketing, ahli pembukuan</p> <p>Key partnerships: Toko tekstil</p> <p>Revenue streams: Penjualan masker</p> <p>Cost restructures: biaya bahan baku, gaji, perawatan mesin n website, biaya promosi.</p>
4/28/2020 21:27:54	22 tahun	Perempuan	Diatas 3,50	Kurang paham dalam buat BMC.

DAFTAR PERTANYAAN KUESIONER
(Link: <https://forms.gle/jLaB3FRJQsDk6PfN7>)

1. BMC merupakan proposal bisnis yang dibuat untuk menganalisis kelayakan usaha. (B/S)
2. BMC digunakan sebagai alat untuk menambah investor. (B/S)
3. BMC tidak bisa digunakan dalam mengantisipasi resiko usaha. (B/S)
4. BMC mempunyai 7 elemen penting diantaranya customer segments, channels, value propositions, key activities, customer relationship, revenue streams, dan cost restructure. (B/S)
5. BMC tidak bisa dipadukan dengan analisis SWOT. (B/S)
6. BMC tidak bisa digunakan untuk perencanaan bisnis melainkan untuk bisnis yang sudah berjalan. (B/S)
7. *Key partnership* bukan merupakan elemen penting dari BMC. (B/S)
8. Segmentasi pelanggan (customer segments) tidak dapat dilakukan berdasarkan geografis, demografis, psikografis dan perilaku konsumen. (B/S)
9. *Value proposition* (nilai yang ditawarkan) dapat dikatakan sebagai alasan mengapa pelanggan sering mengalihkan perhatian dari satu perusahaan ke perusahaan lain. (B/S)
10. Pengurangan biaya dan pengurangan resiko bukan termasuk dalam *value propositions*. (B/S)
11. Salah satu fungsi channels (saluran) adalah memicu kesadaran dari pelanggan adanya produk/jasa perusahaan. (B/S)
12. Channels tidak bisa digunakan untuk mendukung pascapenjualan. (B/S)
13. *Customer relationships* merupakan hubungan perusahaan dengan investor dari segment tertentu. (B/S)
14. *Revenue streams* merupakan pemasukan yang didapat dalam bentuk materil maupun non-materil perusahaan dari pelanggannya. (B/S)
15. Laba bersih termasuk dalam revenue streams perusahaan. (B/S)
16. *Key activities* (kegiatan utama) perusahaan merupakan operasi produk/jasa dan memberikan solusi. (B/S)
17. Platform dan jaringan bukan bagian dari *key activities* perusahaan. (B/S)
18. SDA merupakan unsur utama dalam menjalankan kegiatan untuk menghasilkan nilai tambah. (B/S)
19. Akuisisi pasar merupakan tujuan dari kemitraan. (B/S)
20. Penentuan BEP dan NPV termasuk dalam *cost restructure*. (B/S)

4/20/2020 19:55:49	21 tahun	Perempuan	Diatas 3,50	Benar	Benar	Salah	Benar	Benar	Salah	Salah	Salah	Benar	Salah
4/20/2020 19:56:45	21 tahun	Perempuan	Diatas 3,50	Benar	Benar	Benar	Benar	Benar	Salah	Salah	Salah	Benar	Benar
4/20/2020 19:58:41	22 tahun	Perempuan	Diatas 3,50	Benar									
4/20/2020 20:00:06	21 tahun	Perempuan	Diatas 3,50	Benar	Benar	Salah	Benar	Benar	Salah	Benar	Benar	Benar	Benar
4/20/2020 20:10:24	21 tahun	Laki-laki	3,00-3,50	Benar	Benar	Benar	Benar	Salah	Salah	Benar	Benar	Benar	Benar
4/20/2020 20:20:15	21 tahun	Perempuan	Diatas 3,50	Benar									
4/20/2020 20:20:49	22 tahun	Perempuan	3,00-3,50	Benar									
4/20/2020 20:35:54	22 tahun	Laki-laki	Diatas 3,50	Benar	Benar	Salah	Benar	Benar	Benar	Benar	Salah	Benar	Benar
4/20/2020 20:47:33	23 Tahun	Perempuan	Diatas 3,50	Benar	Benar	Salah	Benar	Salah	Salah	Salah	Benar	Benar	Benar
4/20/2020 20:52:41	22 tahun	Perempuan	Diatas 3,50	Benar									
4/20/2020 20:55:08	21 tahun	Perempuan	Diatas 3,50	Benar	Benar	Salah	Benar	Salah	Salah	Salah	Salah	Benar	Benar
4/20/2020 20:56:20	22 tahun	Laki-laki	Diatas 3,50	Benar									
4/20/2020 20:59:52	22 tahun	Perempuan	Diatas 3,50	Benar	Benar	Benar	Benar	Benar	Salah	Benar	Benar	Benar	Benar
4/20/2020 21:28:33	22 tahun	Perempuan	3,00-3,50	Salah	Benar	Benar	Benar	Salah	Benar	Salah	Salah	Benar	Salah

4/20/2020 21:51:17	22 tahun	Perempuan	Diatas 3,50	Benar	Benar	Salah	Benar	Salah	Benar	Salah	Benar	Benar	Salah
4/21/2020 17:59:28	21 tahun	Laki-laki	3,00-3,50	Benar	Benar	Salah	Benar	Salah	Benar	Benar	Benar	Benar	Benar
4/21/2020 18:01:22	24 Tahun	Perempuan	Diatas 3,50	Salah	Benar	Salah	Salah	Salah	Salah	Salah	Salah	Benar	Salah
4/21/2020 18:42:09	22 tahun	Laki-laki	2,00-2,50	Benar	Benar	Salah	Benar	Benar	Salah	Benar	Benar	Benar	Benar
4/21/2020 19:32:21	22 tahun	Perempuan	3,00-3,50	Benar	Benar	Salah	Benar	Salah	Benar	Salah	Salah	Benar	Salah
4/21/2020 20:49:20	22 tahun	Perempuan	3,00-3,50	Benar	Salah	Benar	Salah						
4/23/2020 14:41:17	22 tahun	Laki-laki	2,50-3,00	Benar	Salah								
4/23/2020 14:42:23	22 tahun	Perempuan	3,00-3,50	Benar	Salah	Salah	Salah						
4/23/2020 14:43:29	22 tahun	Perempuan	3,00-3,50	Benar	Benar	Benar	Salah	Salah	Benar	Benar	Benar	Salah	Salah

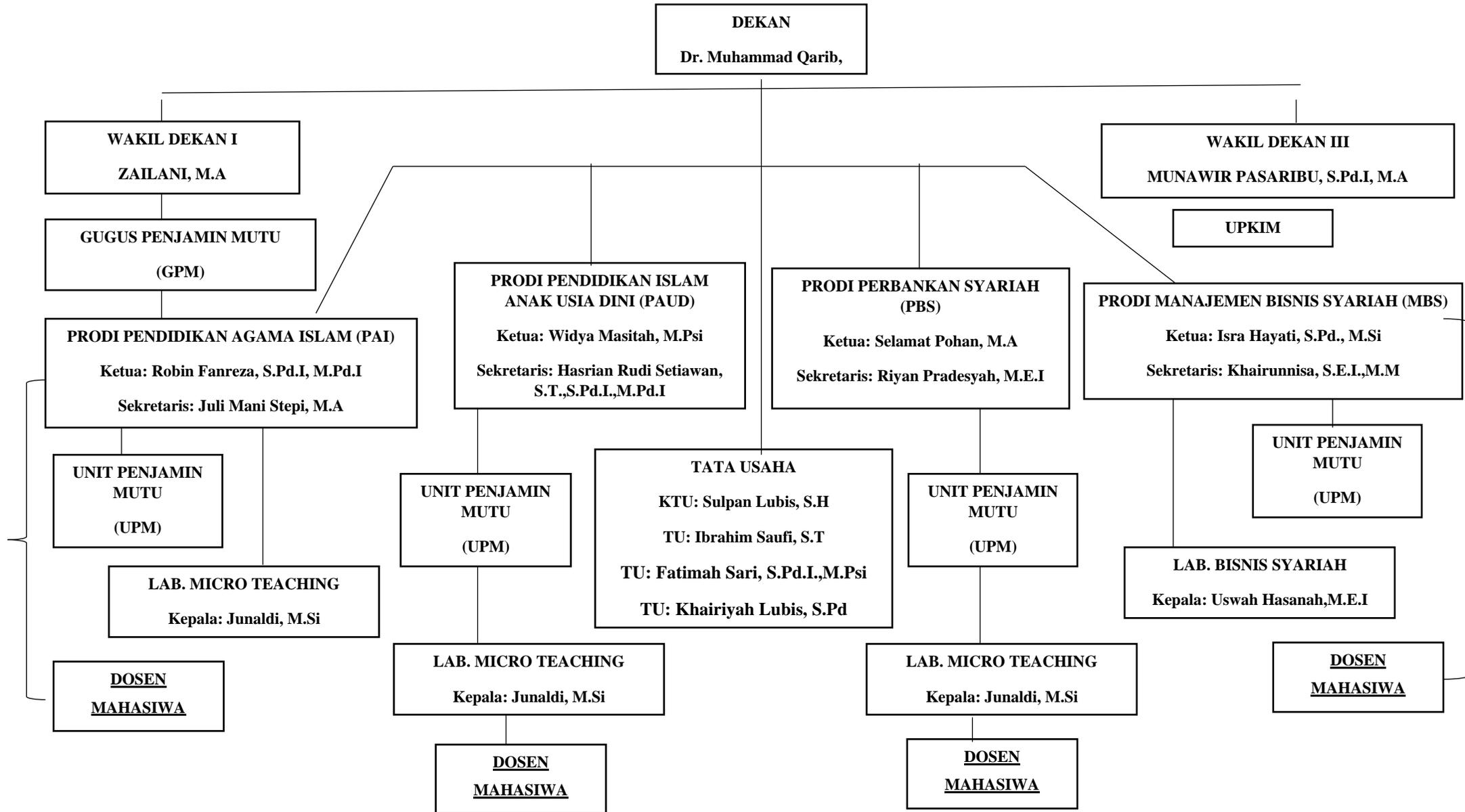
Lanjutan

Timestamp	Usia	Jenis Kelamin	IPK	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	% Nilai
4/20/2020 17:18:05	21 tahun	Perempuan	Diatas 3,50	Benar	25%									
4/20/2020 18:30:52	21 tahun	Perempuan	Diatas 3,50	Benar	Benar	Benar	Benar	Benar	Salah	Benar	Salah	Benar	Benar	30%
4/20/2020 19:37:28	22 tahun	Perempuan	3,00-3,50	Benar	25%									
4/20/2020 19:37:31	22 tahun	Perempuan	3,00-3,50	Benar	25%									
4/20/2020 19:37:43	24 Tahun	Perempuan	Diatas 3,50	Benar	25%									
4/20/2020 19:38:48	22 tahun	Perempuan	Diatas 3,50	Benar	25%									
4/20/2020 19:39:44	22 tahun	Perempuan	Diatas 3,50	Benar	25%									
4/20/2020 19:40:07	22 tahun	Perempuan	Diatas 3,50	Benar	Salah	Benar	Benar	Benar	Benar	Salah	Benar	Benar	Benar	65%
4/20/2020 19:41:38	22 tahun	Perempuan	Diatas 3,50	Benar	25%									
4/20/2020 19:48:29	21 tahun	Perempuan	Diatas 3,50	Benar	Salah	Benar	40%							
4/20/2020 19:50:49	22 tahun	Perempuan	3,00-3,50	Benar	Benar	Benar	Salah	Salah	Benar	Benar	Benar	Benar	Benar	35%

4/20/2020 19:55:49	21 tahun	Perempuan	Diatas 3,50	Benar	Salah	Salah	Salah	Benar	Benar	Salah	Benar	Benar	Benar	70%
4/20/2020 19:56:45	21 tahun	Perempuan	Diatas 3,50	Salah	Salah	Benar	Benar	Salah	Salah	Salah	Benar	Benar	Benar	45%
4/20/2020 19:58:41	22 tahun	Perempuan	Diatas 3,50	Benar	25%									
4/20/2020 20:00:06	21 tahun	Perempuan	Diatas 3,50	Benar	Salah	40%								
4/20/2020 20:10:24	21 tahun	Laki-laki	3,00-3,50	Benar	35%									
4/20/2020 20:20:15	21 tahun	Perempuan	Diatas 3,50	Benar	25%									
4/20/2020 20:20:49	22 tahun	Perempuan	3,00-3,50	Benar	25%									
4/20/2020 20:35:54	22 tahun	Laki-laki	Diatas 3,50	Benar	35%									
4/20/2020 20:47:33	23 Tahun	Perempuan	Diatas 3,50	Benar	Salah	Benar	Benar	Benar	Benar	Salah	Benar	Benar	Benar	55%
4/20/2020 20:52:41	22 tahun	Perempuan	Diatas 3,50	Benar	25%									
4/20/2020 20:55:08	21 tahun	Perempuan	Diatas 3,50	Benar	Salah	Benar	Benar	Benar	Salah	Salah	Benar	Benar	Benar	55%
4/20/2020 20:56:20	22 tahun	Laki-laki	Diatas 3,50	Benar	25%									
4/20/2020 20:59:52	22 tahun	Perempuan	Diatas 3,50	Benar	30%									
4/20/2020 21:28:33	22 tahun	Perempuan	3,00-3,50	Benar	Salah	Salah	Benar	Benar	Benar	Salah	Benar	Benar	Benar	65%

4/20/2020 21:51:17	22 tahun	Perempuan	Diatas 3,50	Salah	Benar	Benar	Benar	Salah	Salah	Benar	Benar	Benar	Benar	35%
4/21/2020 17:59:28	21 tahun	Laki-laki	3,00-3,50	Benar	35%									
4/21/2020 18:01:22	24 Tahun	Perempuan	Diatas 3,50	Benar	Salah	Salah	Salah	Salah	Benar	Salah	Salah	Benar	Salah	100%
4/21/2020 18:42:09	22 tahun	Laki-laki	2,00-2,50	Benar	35%									
4/21/2020 19:32:21	22 tahun	Perempuan	3,00-3,50	Benar	Salah	Benar	Benar	Salah	Benar	Benar	Benar	Benar	Benar	60%
4/21/2020 20:49:20	22 tahun	Perempuan	3,00-3,50	Salah	Benar	30%								
4/23/2020 14:41:17	22 tahun	Laki-laki	2,50-3,00	Benar	Salah	Salah	Salah	Benar	Benar	Salah	Salah	Benar	Benar	70%
4/23/2020 14:42:23	22 tahun	Perempuan	3,00-3,50	Salah	Salah	Salah	Salah	Benar	Benar	Salah	Benar	Salah	Benar	40%
4/23/2020 14:43:29	22 tahun	Perempuan	3,00-3,50	Benar	Benar	Salah	Salah	Salah	Benar	Benar	Benar	Benar	Benar	50%

Struktur Organisasi FAI UMSU





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400

Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bankir : Bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

Ella menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Hal : Permohonan Persetujuan Judul
 Kepada : Yth Bapak Dekan FAI UMSU
 Di
 Tempat

10 Jumadil Akhir 1441 H
 04 Februari 2020 M



Dengan Hormat
 Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Suci Ramadhani
 Npm : 1601280022
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
 Kredit Kumalatif : 3,84
 Megajukan Judul sebagai berikut :

No	Pilihan Judul	Persetujuan Ka. Prodi	Usulan Pembimbing & Pembahas	Persetujuan Dekan
1	Efektivitas pemanfaatan LAZISMU Dalam Pengumpulan dan Penyaluran Dana Zakat Warga Muhammadiyah			
2	Pengaruh Digital Marketing Terhadap Tingkat Pendapatan Usaha Pada Arimbi Hijab, Medan			
3	Analisis Pemahaman Bisnis Model Canvas (BMC) Pada Mahasiswa Semester VIII Program Studi Manajemen Bisnis Syariah FAI UMSU	<i>[Signature]</i> 4-2-2020	Riyan Pradesah <i>[Signature]</i> 7/2/20	<i>[Signature]</i>

Nb: Mahasiswa yang bersangkutan sudah mendownload buku panduan skripsi FAI
 Demikian Permohonan ini saya sampaikan dan untuk pemeriksaan selanjutnya saya ucapkan terima kasih.

Wassalam
 Hormat Saya

[Signature]

(Suci Ramadhani)

Keterangan :

- Dibuat rangkap 3 setelah di ACC :
1. Duplikat untuk Biro FAI UMSU
 2. Duplikat untuk Arsip Mahasiswa dilampirkan di skripsi
 3. Asli untuk Ketua/Sekretaris Jurusan yang dipakai pas photo dan Map

** Paraf dan tanda ACC Dekan dan Ketua Jurusan pada lajur yang di setuju dan tanda silang pada judul yang di tolak



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400

Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bankir : bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Isra Hayati, S.Pd, M.Si
Dosen Pembimbing : Riyon Pradesyah S.E.,Sy.,M.E.I

Nama Mahasiswa : Suci Ramadhani
NPM : 1601280022
Semester : VIII
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Analisis Pemahaman *Business Model Canvas* (BMC) Pada Mahasiswa Semester VIII Program Studi Manajemen Bisnis Syariah FAI UMSU

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
20/4/2020	Bimbingan Kuisioner dan wawancara	pp	
27/4/2020	Revisi Kuisioner dan wawancara.	pp	
06/5/2020	revisi prebasir data di bab IV.	pp	
09/5/2020	Perbaikan pembahasan dan kesimpulan	pp	
25/7/2020	Ace sedang mega Hifan	pp	

Medan, 25 Juli 2020

Diketahui/Disetujui
Dekan

Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Isra Hayati, S.Pd, M.Si

Pembimbing Proposal

Riyon Pradesyah, S.E.,Sy.,M.E.I



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400

Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bankir : bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut



BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Isra Hayati, S.Pd, M.Si
Dosen Pembimbing : Riyan Pradesyah S.E,Sy.,M.E.I

Nama Mahasiswa : **Suci Ramadhani**
NPM : **1601280022**
Semester : **VIII**
Program Studi : **Manajemen Bisnis Syariah**
Judul Skripsi : **Analisis Pemahaman *Business Model Canvas* (BMC) Pada Mahasiswa Semester VIII Program Studi Manajemen Bisnis Syariah FAI UMSU**

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
22 Februari 2020	BAB I - Perbaiki alasan penelitian di latar belakang. - Perbaiki motivasi peneliti di latar belakang. - Penelitian terdahulu sebaiknya diletakan di BAB II. - Perbaiki rumusan masalah dan tujuan penelitian. - Tambahkan permasalahan di identifikasi masalah minimal sebanyak 5 permasalahan.		
05 Maret 2020	BAB II - Point yang dijelaskan harus sesuai dengan panduan. - Hilangkan kerangka berpikir di BAB II. - Perbaiki jarak spasi antar bab dengan sub bab. - Tambahkan teknik kuesioner di perbedaan penelitian untuk penguat data penelitian kualitatif		

Medan, 20 Maret 2020

Diketahui/Disetujui
Dekan

Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Isra Hayati, S.Pd, M.Si

Pembimbing Proposal

Riyan Pradesyah, S.E,Sy.,M.E.I



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400

Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bankir : bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut



BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Isra Hayati, S.Pd, M.Si
Dosen Pembimbing : Riyan Pradesyah S.E.,Sy.,M.E.I

Nama Mahasiswa : **Suci Ramadhani**
NPM : **1601280022**
Semester : **VIII**
Program Studi : **Manajemen Bisnis Syariah**
Judul Skripsi : **Analisis Pemahaman *Business Model Canvas* (BMC) Pada Mahasiswa Semester VIII Program Studi Manajemen Bisnis Syariah FAI UMSU**

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
12 Maret 2020	BAB III - Tambahkan metode <i>field research</i> atau studi kasus di metode penelitian. - Perbaiki jadwal perencanaan penelitian. - Perbaiki teknik pengumpulan data, teknik analisis data, tahapan penelitian dan kebasahan temuan penelitian.		
14 Maret 2020	- Revisi BAB I, BAB II dan BAB III. - Lengkapi dengan cover, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel dan daftar pustaka.		
16 Maret 2020	- Perbaiki <i>font</i> dan spasi yang digunakan dalam cover. - Dalam kata pengantar dan cover seharusnya di tulis proposal bukan skripsi. - Perbaiki daftar pustaka.		
20 Maret 2020	ACC proposal		

Medan, 20 Maret 2020

Diketahui/Disetujui
Dekan

Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Isra Hayati, S.Pd, M.Si

Pembimbing Proposal

Riyan Pradesyah, S.E.,Sy.,M.E.I



Unggul Gelar & Capaian

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400

Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bankir : Bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut



BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

Pada hari ini Senin, 13 April 2020 M telah diselenggarakan Seminar Proposal Program Studi Manajemen Bisnis Syariah menerangkan bahwa :

Nama : Suci Ramadhani
NPM : 1601280022
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Proposal : Analisis Pemahaman Business Model Canvas (BMC) Pada Mahasiswa Semester VIII Program Studi Manajemenn Bisnis Syariah

Disetujui/ Tidak disetujui:

Item	Komentar
Judul	- Perbaiki format berita acara bimbingan proposal sesuai dengan buku panduan skripsi FAI UMSU - Perbaiki tulisan salah ketik di kata pengantar, mohon perhatikan juga tulisan salah ketik pada halaman lainnya
Bab I	- Mohon perbaiki motivasi penulis di Bab I untuk penelitian Strata I bukan memberikan teori baru - Mohon identifikasi masalah di point no 4 yang mencantumkan minimnya seminar di program studi dihapus, karena tidak baik bagi nama kelembagaan - Perbaiki format penulisan nomor halaman dari halaman pertama sampai terakhir
Bab II	-
Bab III	- Perbaiki penulisan nomor halaman pada hal 36 - Perbaiki penulisan nomor tabel dan gambar dengan menggunakan nomor angka seperti didalam buku panduan skripsi bukan angka romawi - Perbaiki teknik pengumpulan data dibagian observasi yang digunakan penulis adalah dengan memberikan kuesioner, apabila teknik pengumpulan data di point observasi maka hanya berisikan pengamatan , akan tetapi apabila pengumpulan data berikutnya menggunakan kuesioner maka masuk ke point berikutnya.
Lainnya	- Perbaiki penulisan daftar pustaka dimana sebelum nama kota Penerbit menggunakan tanda baca koma dan susunannya berdasarkan abjad
Kesimpulan	<input checked="" type="checkbox"/> Lulus <input type="checkbox"/> Tidak Lulus

Medan, 13 April 2020

Tim Seminar

Ketua Program Studi

(Isra Hayati, S. Pd, M. Si)

Sekretaris Program Studi

(Khairunnisa, SE. I, MM)

Pembimbing

(Riyan Pradesyah, SE. Sy, M. EI)

Pembahas

(Isra Hayati, S. Pd, M. Si)



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan Laksam Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400

Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bankir : Bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

Unggul Beribadah, Berilmu, Berprestasi

Bila ditandatangani oleh pejabat yang berwenang
 Nomor dan tanggalnya



PENGESAHAN PROPOSAL

Berdasarkan hasil Seminar Proposal Program Studi Manajemen Bisnis Syariah yang diselenggarakan pada hari Senin, 13 April 2020 M, menerangkan bahwa :

Nama : Suci Ramadhani
 NPM : 1601280022
 Fakultas : Agama Islam
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
 Judul Proposal : Analisis Pemahaman *Business Model Canvas* (BMC) Pada Mahasiswa Semester VIII Program Studi Manajemen Bisnis Syariah

Proposal dinyatakan sah dan memenuhi syarat untuk menulis Skripsi.

Medan, 15 April 2020

Tim Seminar

Ketua Program Studi

(Isra Hayati, S. Pd, M. Si)

Sekretaris Program Studi

(Khairunnisa, SE. I, MM)

Pembimbing

(Riyan Pradesyah, SE. Sy, M. EI)

Pembahas

(Isra Hayati, S. Pd, M. Si)

Diketahui/ Disetujui

A.n Dekan

Wakil Dekan I

Zaitani, S.PdI, M.A



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan
Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400 Fax (061) 6623474, 6631003
Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Nomor : 92/II.3/UMSU-01/F/2020
Lamp : -
Hal : Izin Riset

22 Syaban 1441 H
16 April 2020 M

Kepada Yth : **Wakil Dekan III Fakultas Agama Islam**
Di

Tempat.

Assalamu 'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Dengan hormat, dalam rangka penyusunan skripsi mahasiswa guna memperoleh gelar sarjana S1 di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (FAI UMSU) Medan, maka kami mohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan informasi data dan fasilitas seperlunya kepada mahasiswa kami yang mengadakan penelitian/riset dan pengumpulan data dengan :

Nama : Suci Ramadhani
NPM : 1601280022
Semester : VIII
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Analisis Pemahaman Business Model Canvas (BMC) Pada Mahasiswa Semester VIII Program Studi Manajemen Bisnis Syariah FAI UMSU.

Demikianlah hal ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih. Semoga Allah meridhoi segala amal yang telah kita perbuat. Amin.

Wassalamu 'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh



Dekan,

Dr. Muhammad Qorib, MA



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 Fax. (061) 6623474, 6631003
Website : www.umsu.ac.id Email : rektor@umsu.ac.id

Nomor : ~~32~~ 92/II.3/UMSU-01/F/2020
Lamp : -
Hal : Balasan Izin Riset

04 Dzulhizah 1441 H
25 Juli 2020 M

Kepada Yth : Biro Fakultas Agama Islam UMSU
Di

Tempat.

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Dengan hormat, menindak lanjuti surat dari Wakil Dekan III Fakultas Agama Islam dengan nomor surat : 92/II.3/UMSU-01/F/2020, perihal : izin riset, maka dengan ini kami dari biro Fakultas Agama Islam UMSU memberikan ijin untuk mengadakan riset atas nama mahasiswa :

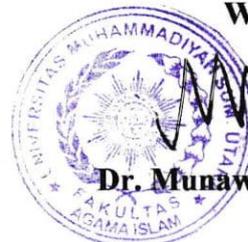
Nama : Suci Ramadhani
NPM : 1601270022
Semester : VIII
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Analisis Pemahaman Business Model Canvas (BMC) Pada Mahasiswa Semester VIII Program Studi Manajemen Bisnis Syariah FAI UMSU

Demikianlah hal ini kami sampaikan. Atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih. Semoga Allah meridhoi segala amal yang telah kita perbuat. Amin.

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

A.n Dekan

Wakil Dekan III



Dr. Munawir Pasaribu, S.Pd.I, MA

CC. File

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Suci Ramadhani
Tempat, Tanggal Lahir : Sei Serimah, 06 Februari 1996
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama Islam : Islam
Pendidikan Terakhir : SMA Negeri 1 Tebing Tinggi
Alamat : Jl. Gunung Sayang LK IV, Tebing Tinggi
No. HP : 085762147883

Nama Orang Tua

Ayah : Sugiman
Ibu : Agustina
Alamat : Jl. Gunung Sayang LK IV, Tebing Tinggi

Pendidikan

Tahun 2000-2002 : TK Kartini, Perkebunan PTPN III Rambutan
Tahun 2002-2008 : SD INPRES 106860 Sei Serimah
Tahun 2008-2011 : SMP Negeri 4 Tebing Tinggi
Tahun 2011-2014 : SMA Negeri 1 Tebing Tinggi
Tahun 2016-2020 : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Demikianlah daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya

Yang Menyatakan,



Suci Ramadhani