



Penerapan *Lean Canvas* Pada Startup Pembelajaran Bahasa Inggris Lunchat

¹Wildan Khalifah Ardi, ²Regi Salam, ³Muhammad Harist Alfaruk, ⁴I. Wiseto P. Agung
^{1,2,3,4} Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya (ARS University)

Alamat Surat

Email: wildankhalifahardi@gmail.com, regisalam123@gmail.com, haristfarr@gmail.com,
wiseto.agung@ars.ac.id

Article History:

Diajukan: 12 Oktober 2021; Direvisi: 13 November 2021; Diterima: 22 November 2021

ABSTRAK

Lunchat merupakan sebuah *startup* di bidang pendidikan yang menciptakan sebuah aplikasi kursus bahasa Inggris berbasis *website* yang dapat mempermudah masyarakat Indonesia dalam belajar bahasa Inggris. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan dan mempertajam model bisnis yang diterapkan di *startup* Lunchat. Metode pengembangan sistem yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan metode *lean canvas* sebagai analisis bisnis. Dengan penerapan *lean canvas* dapat memudahkan pembuat dalam melakukan proses validasi, karena dapat melihat model bisnis secara keseluruhan, sehingga dapat mengurangi resiko dalam melakukan bisnis. Hal ini karena antara produk atau jasa yang ditawarkan sesuai dengan yang diinginkan oleh pasar. Hasil dari implementasi *startup* Lunchat menjadikan suatu peluang yang menjanjikan untuk memperluas sektor usaha sehingga Lunchat dapat bersaing di era *Industry 4.0* ini.

Kata kunci: Lunchat; Pendidikan; *Lean Canvas*

ABSTRACT

Lunchat is a startup in the field of education that creates a website-based English course application that can make it easier for Indonesian people to learn English. The purpose of this study is to determine and refine the business model applied at the Lunchat startup. The system development method used in this research is by using the lean canvas method as a business analysis. By utilizing the lean canvas, it is easier for makers to carry out the validation process, because they can see the overall business model, so that could reduce the business risk. This is because the products or services offered could fit to the market wants. The implementation of the Lunchat startup has a promising opportunity to expand the ed-tech sector so that Lunchat can compete in this era of Industry 4.0.

Keywords: *Lunchat; Education; Lean Canvas*

1. PENDAHULUAN

Berisi Seiring berjalannya waktu, perkembangan ilmu dan teknologi semakin pesat. Pelaku bisnis pada perusahaan saat ini membutuhkan teknologi informasi untuk membantu setiap proses bisnis perusahaan. Saat ini, banyak perusahaan yang baru didirikan dan berada dalam fase pengembangan dan penelitian untuk menemukan pasar yang tepat. Istilah “*startup*” sudah tidak asing lagi kita dengar, dan mulai sangat populer secara internasional pada masa gelembung dot-com, pada tahun 1998 hingga 2000, dimana banyak perusahaan dot-com didirikan secara bersamaan dalam periode tersebut (Pratama Nuki, 2020).

Perusahaan-perusahaan rintisan tersebut umumnya memanfaatkan metoda *Lean Startup* dan *Agile*, dalam proses pengembangannya. *Lean Startup* mengadaptasi sebuah nama dari revolusi *lean manufacturing* Toyota Production System (TPS). *Lean thinking* secara radikal mengubah sistem rantai suplai dan sistem produksi. Dapat digambarkan dalam hubungan itu mengenai pengetahuan dan kreatifitas pekerja untuk menyederhanakan *batch*, *just in time production*, *inventory* dan mempercepat *cycle time* (Ries, 2011). *Lean startup* menggarap konsep ini di dalam konteks *entrepreneurship*. *Lean startup* memberikan perbedaan aktivitas, nilai tambah serta *waste*, dan menunjukkan bagaimana sebuah produk berkualitas diciptakan (Afdi Zihramna, 2018).

Sedangkan *Agile* merupakan metode yang paling cocok untuk pengembangan sistem aplikasi pada sebuah startup yang membutuhkan adaptasi cepat dari *developer* terhadap perubahan selama proses pembangunan sistem (Priskila, 2018).

Lean Canvas merupakan hasil adopsi dari sebuah bisnis model canvas yang ditemukan oleh Alexander Osterwalder. Bisnis model canvas merupakan bahasa yang dapat digunakan secara bersama untuk memvisualisasikan, menilai, menggambarkan, hingga melakukan perubahan terhadap model bisnis melalui sembilan blok bangunan yang tersedia. *Lean canvas* digunakan sebagai pendamping dalam perencanaan bisnis karena melalui *lean canvas* dilakukan pengukuran kemajuan bisnis, dokumentasi model bisnis, dan komunikasi terhadap *stakeholder* yang berkepentingan secara internal ataupun eksternal (Tristiyanto, 2020).

Perkembangan digital semakin pesat pada era industri 4.0 ini, sehingga memberikan dampak terhadap perekonomian Indonesia yaitu meningkatnya jumlah perusahaan *startup* di sektor ekonomi digital. Menurut *startupranking.com*, Indonesia berada di peringkat 5 dengan jumlah *startup* terbanyak di dunia, di bawah United States, India, United Kingdom, Canada. Pada tahun 2021 tercatat terdapat 2.229 *startup* di Indonesia (Tarihoran Jessie Elita, 2021).

Di Indonesia saat ini terdapat berbagai bidang *startup*, seperti *e-Commerce* (Tokopedia, Shopee), Transportasi (Gojek, Grab), Perjalanan dan Akomodasi (Traveloka, Tiket.com), Kesehatan (HaloDoc, Dokter.id), Keuangan (Akulaku, Ovo), Asuransi (Qoala, PasarPolis), Pertanian (Tanihub, Sayurbox), dan Pendidikan (RuangGuru, Zenius, HarukaEdu) (Kurnia, 2021).

Pendidikan adalah salah satu faktor penting dalam pembangunan bangsa. Agar dapat bersaing di era global, penguasaan bahasa Inggris juga menjadi hal yang sangat penting (Rohmah, 2019). Untuk itulah maka kami membentuk startup Lunchat www.lunchat.online, yaitu startup teknologi yang bergerak dibidang pendidikan (*ed-tech*) yang memiliki tujuan untuk meningkatkan kemampuan masyarakat Indonesia dalam berbicara bahasa Inggris.

2. METODE

Metode yang diterapkan penulis pada penelitian ini adalah metode *Lean Canvas*. *Lean Canvas* merupakan sebuah metode yang membantu startup dalam memecahkan ide supaya lebih mudah dibaca dan dipahami, dan menurut (Sama Hendi, 2021) dijelaskan bahwa *lean canvas* sangat memvisualisasikan sebuah ide bisnis kedalam satu tampilan sederhana karena metode ini lebih fokus pada masalah, solusi, parameter kunci dan nilai kompetitif sebuah produk diciptakan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Secara umum *Lean Canvas* ini merupakan pengembangan lebih lanjut dari model bisnis canvas, seperti yang disampaikan dalam (Harianto, 2018), *Lean Canvas* terdiri dari 9 komponen, yaitu *customer segment*, *problem*, *solution*, *unique value proposition*, *channel*, *Revenue Stream*, *cost structure*, *key metric* dan *unfair advantage*. Berikut ini disampaikan pembahasan dari setiap komponen dari *lean canvas* untuk *startup* Lunchat.

| | | | | |
|--|---|---|--|--|
| Problem - Kurangnya perhatian terhadap pengembangan kemampuan berbahasa Inggris individu serta metode yang membosankan. - Rendahnya tingkat percaya diri untuk menembus persaingan internasional. - Perlunya kursus bahasa Inggris dengan biaya yang terjangkau. | Solution - Metode pembelajaran dikemas secara menarik, interaktif dan menyenangkan. - Jumlah siswa terbatas. - Memberikan harga yang terjangkau bahkan gratis. | Unique Value Propotion - Masyarakat lebih mudah mendapat akses belajar bahasa Inggris. - Mentor dari berbagai latar belakang. - Masyarakat lebih mudah mendapat akses belajar bahasa Inggris. | Unfair Advantage - Memberikan kelas Sharing Session secara gratis. - Student dapat memilih kelas dan pertemuan. - Membatasi jumlah Student disetiap kelas. | Customer Segment - Masyarakat Indonesia pada umumnya usia 15-24 tahun. |
| | Key Metrics - Jumlah pertemuan per bulan pada Daily Package dan Friendly Package. - Jumlah pertemuan per student-nya. - Jumlah Online Teachers - Jumlah Mentor. - Jumlah Online Student | | Channels - Website www.lunchat.online - Promosi melalui media sosial. - Kerjasama dengan ARS University - Kerjasama dengan Techbros | |
| Cost Structure - Online Teachers: Rp. 30.000,00,-/Pertemuan. - Voluntary Mentor: Rp. 0,-/Pertemuan. - Hosting dan domain: Rp. 619.049,00,-/Tahun - Biaya operasional: 1.430.000,00,- | | Revenue Stream - Friendly Package: Rp. 238.400,00,-/Bulan - Buddy Package: Rp. 357.600,00,-/Bulan - Daily Package: Rp. 14.000,00,-/Pertemuan | | |

Gambar 1. Diagram *Lean Canvas*

3.1 Customer Segment

(Maurya, 2012) menyatakan “*Sketch a Lean Canvas for each customer segment. As you’ll find shortly, the elements of your business model can and will vary greatly by customer segment. I recommend starting with the top two or three customer segments you feel you understand the best or find most promising.*” Di dalam penerapan lean canvas ini, dilakukan sesuai dengan konsep teori yang dikembangkan oleh (Maurya, 2012).

Costumer segment merupakan target utama yang diinginkan untuk mengembangkan bisnis. Lunchat memiliki *costumer segment*, yaitu masyarakat Indonesia yang memiliki kendala dalam berbicara bahasa Inggris umumnya usia 15-24 tahun.

3.2 Masalah (*Problem*)

(Maurya, 2012) menyatakan “*List the top one to three problems: for the customer segment you are working with, describe the top one to three problems they need solved. Another way to think about problems is in terms of the jobs customers need done*”. Di dalam *stage 1* harus dilakukan *problem and solution fit*. Peneliti pertama kali akan mengidentifikasi masalah yang dialami oleh konsumen. Hal ini selaras dengan konsep *lean startup* yang dikembangkan oleh (Ries, 2011). Dengan mengetahui *problem* yang ada, maka akan lebih mudah untuk menemukan keinginan konsumen yang selaras dengan tujuan atau *outcome* yang akan dicapai pada startup Lunchat.

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti paparkan sebelumnya, permasalahan yang terjadi adalah sebagai berikut:

1. Kurangnya perhatian terhadap pengembangan kemampuan berbahasa Inggris individu serta metode yang membosankan.
2. Rendahnya tingkat percaya diri untuk menembus persaingan internasional.
3. Perlunya kursus bahasa Inggris dengan biaya yang terjangkau.

3.3 Solusi (*Solution*)

Berkaitan dengan masalah solusi (Maurya, 2012) mengungkapkan sebagai berikut: “*You are now ready to tackle solution possibilities. Because all you have are untested problems, it is fairly common for them to get reprioritized or completely replaced with new ones after just a few customer interviews. For this reason, I recommend not getting carried away with fully defining your solution just yet. Rather, simply sketch out the simplest thing you could possibly build to address each problem. Bind a solution to your problem as late as possible.*”

Setelah peneliti mengidentifikasi *problem* dari *customer segment*, langkah berikutnya adalah mencari beberapa alternatif solusi untuk menjawab *problem* yang ada. Peneliti berusaha untuk memberikan solusi yang sederhana yang bisa langsung dilaksanakan pada startup Lunchat yaitu sebagai berikut:

1. Merancang dan membangun aplikasi kursus bahasa Inggris berbasis web untuk membantu masyarakat dalam pendidikan bahasa Inggris dengan metode *fun learning*, serta jumlah siswa yang terbatas dalam setiap kelas.
2. Menyediakan platform untuk berbagi pengalaman beberapa praktisi bahasa Inggris dalam belajar dan penggunaan bahasa Inggris itu sendiri.
3. Menyediakan platform belajar bahasa Inggris yang terjangkau bahkan gratis.

3.4 Proposisi Nilai Unik (*Unique Value Proposition*)

Menurut (Osterwalder, 2012), *value proposition* adalah solusi yang ditawarkan untuk menyelesaikan permasalahan dan memenuhi kebutuhan dari *customer* yang dituju di blok *customer segment*. *Value* bisa berupa kebaruan (*newness*), perbaikan performa berkesinambungan (*performance*), *customization*, reliabilitas (*getting the job done*), desain (*design*), *brand status*, harga (*price*), pengurangan biaya (*cost reduction*), pengurangan resiko (*risk reduction*), aksesibilitas (*accessibility*) dan kenyamanan/penggunaan (*convenience/utility*). *Unique Value Proposition* dari startup Lunchat yaitu sebagai berikut:

1. Masyarakat lebih mudah mendapat akses belajar bahasa Inggris.
2. Menyediakan platform mengajar bagi *volunteer* yang ingin membagi pengalaman dalam belajar bahasa Inggris.
3. Pembayaran program kursus secara bertahap.

3.5 Saluran Distribusi (*Channel*)

Menurut (Osterwalder, 2012) *channel* memiliki definisi bagaimana agar produk atau jasa yang diciptakan dan dibeli dapat sampai ke tangan konsumen sesuai dengan yang dijanjikan. *Channel* yang dimaksud di dalam startup Lunchat ini adalah bagaimana *unique value proposition* yang sudah ditentukan dapat sampai ke *customer segment*.

Teknologi utama yang digunakan startup Lunchat yaitu aplikasi berbasis *website* agar mudah diakses diperangkat apa saja dan dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Media yang digunakan startup Lunchat dalam melakukan promosi produk yaitu dengan menggunakan sosial media seperti Instagram, WhatsApps, Facebook, Gmail dan Youtube. *Startup* Lunchat memiliki kerjasama dengan ARS University sebagai penunjang dibidang pendidikan dan juga kerjasama dengan Techbros yang mendukung dalam proses pengembangan konsep teknologi.

3.6 Arus Pendapatan (*Revenue Stream*)

Berkaitan dengan arus pendapatan (Maurya, 2012) menyatakan sebagai berikut: “*The bottom two boxes, labeled “Revenue Streams” and “Cost Structure” are used to model the viability of the business. Rather than thinking in terms of three or five year forecasts, take a more ground-up approach.*” Sesuai dengan yang ditulis oleh (Maurya, 2012) untuk menentukan *revenue stream* peneliti mengukur viabilitas dari sebuah *project* secara praktis. *Revenue stream* adalah penjelasan tentang apa saja hal-hal yang membuat bisnis mendapatkan pemasukan dari para pelanggannya.

Di dalam *startup* Lunchat, Pendapatan yang diperoleh adalah dengan memberikan program kursus kepada student. *Startup* Lunchat ini mendapatkan *revenue* dari *students* yang mengikuti program dengan tarif sebagai berikut:

1. Friendly Package: Rp. 238.400,00,-/Bulan
2. Buddy Package: Rp. 357.600,00,-/Bulan
3. Daily Package: Rp. 14.000,00,-/Pertemuan

3.7 Struktur Biaya (*Cost Structure*)

Mengenai struktur biaya (Maurya, 2012) menyatakan sebagai berikut: “*List the operational costs you will incur while taking your product to market. It’s hard to accurately calculate these too far into the future. Instead, focus on the present.*” Sesuai dengan pendapat tersebut untuk menentukan *cost structure* peneliti diharapkan dapat mencatat pengeluaran operasional.

Pengeluaran yang dihitung adalah pengeluaran pada saat ini. Pengeluaran yang dikeluarkan oleh *startup* Lunchat ini diantaranya:

1. *Online Teachers*: Rp. 30.000,00,-/Pertemuan.
2. *Voluntary Mentor*: Rp. 0,-/Pertemuan.
3. *Hosting* dan domain: Rp. 619.049,00,-/Tahun
4. Biaya operasional: 1.430.000,00,-

3.8 Metrik Kunci (*Key Metric*)

Bisnis *startup* dapat lebih fokus pada satu metrik dan mengembangkannya. Metrik kunci mencakup rangkaian produk atau layanan yang ingin diberikan. Oleh karena itu penting bahwa metrik yang benar diidentifikasi, karena yang salah dapat menjadi masalah untuk *startup* (Maurya, 2012). Yang merupakan keterlibatan penggunaan dari produk pada *startup* Lunchat, yaitu Student, *Online Teachers*/Mentor. Data metrik yang Lunchat peroleh, yaitu:

1. Jumlah pertemuan per bulan pada *Daily Package* dan *Friendly Package*
2. Jumlah pertemuan per student-nya
3. Jumlah *Online Teachers*
4. Jumlah Mentor
5. Jumlah Student

Dalam waktu 4 bulan pertama, pencapaian metriknya adalah 22 *Student*, 7 *Online Teachers*, 3 Mentor dan 64 pertemuan pada kelas kursus.

3.9 Keuntungan Khusus (*Unfair Advantage*)

Mengenai keuntungan khusus (Maurya, 2012) menyatakan sebagai berikut: “*This is usually the hardest section to fill, which is why I leave it for last. Most founders list things as competitive advantages that really aren’t such as passion, lines of code, or features. You have to be able to build a successful business in spite of that, which led Jason Cohen to offer the following definition: 3A real unfair advantage is something that cannot be easily copied or bought. (Jason Cohen, A Smart Bear blog).*” Sesuai dengan yang diungkapkan (Maurya, 2012) langkah untuk menentukan *unfair advantage* adalah bagian yang sangat sulit. *Unfair advantage* tidak sama dengan *competitive advantage*. *Unfair advantage* adalah sebuah keuntungan di mana tidak semua orang memiliki kesempatan atau peluang untuk mendapatkannya.

Kelebihan *startup* Lunchat yang tidak dimiliki oleh kompetitor lain adalah memberikan kelas *Sharing Session* secara gratis, Student dapat memilih kelas dan pertemuan, serta membatasi jumlah Student disetiap kelas.

4. SIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Penerapan *lean canvas* pada *startup* Lunchat untuk menentukan model bisnis, dapat membantu dengan mudah Lunchat dalam menentukan strategi kedepan. Lunchat mampu dengan mudah menganalisa masalah yang terjadi di sekitar, menentukan solusi, menentukan keunikan

yang dimiliki oleh startup. *Lean canvas* mempermudah untuk *startup* Lunchat melakukan inovasi sehingga mampu bersaing di dunia bisnis.

4.2 Saran

Untuk penelitian selanjutnya dapat meneliti komponen di dalam *lean canvas* yang cukup sulit untuk ditemukan yaitu *unfair advantage*. Sangat menarik untuk dapat meneliti dan mencari pola di dalam menemukan pola *unfair advantage* secara praktis.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Afdi Zihramna, P. B. (2018). Perancangan Strategi Berbasis Metodologi.
- Hariato, E. (2018). Implementasi Lean Canvas Pada Project Corporate Entrepreneurship.
- Kurnia, R. D. (2021, 05 7). *Daftar Perusahaan Startup di Indonesia dari Berbagai Bidang*. Retrieved from Qoala: <https://www.qoala.app/id/blog/bisnis/perusahaan-startup-di-indonesia/>
- Maurya, A. (2012). *Running Lean: Iterate From Plan A to A Plan That Works*, Second Edition, O'Reilly: Sebastopol, California.
- Osterwalder, A. a.-n. (2012). *Business Model Gene-ration*, Kompas Gramedia, Jakarta.
- Pratama Nuki, F. R. (2020). Perancangan Aplikasi Layanan Pekerja Lepas Dengan Framework Laravel Untuk Mewadahi Pekerjaan Lepas Menggunakan Metode Extreme Programming Pada Startup Nganggur.id. *e-Proceeding of Engineering : Vol.7, No.2*.
- Priskila, R. (2018). Perancangan sistem Informasi Persediaan Barang Pada Perusahaan Karya Cipta Buana Sentosa Berbasis Web Dengan Metode Extreme Programing. *CESS (Journal of Computer Engineering System and Science) Vol. 3 No. 2*.
- Ries, E. (2011). How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses.
- Rohmah, S. N. (2019). Eksistensi Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris Dalam Ilmu Pengetahuan di Era Globalisasi.
- Sama Hendi, C. A. (2021). Perancangan Dan Pengembangan Online Shop Support System Berbasis Lean Canvas. *Conference on Management, Business, Innovation, Education and Social Science*.
- Tarihoran Jessie Elita, e. a. (2021). Pentingnya Sosial Media Sebagai Strategi Marketing Startup di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang, Vol. 9, No.1*.
- Trisiyanto, e. a. (2020). Pemodelan Bisnis Dengan Implementasi Customer Development Model Pada M-Business Startup Terampil. *Jurnal TEKNOINFO, Vol. 14, No. 2, 107-115*.