

## PERANCANGAN MODEL BISNIS USULAN DENGAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS PADA STARTUP BIDANG EDUKASI INVESTASI SAHAM THE INVESTOR DI KOTA SOLO

**Muhammad Eko Yurianto, Endang Chumaidiyah, Sinta Aryani**

Universitas Telkom Fakultas Rekayasa Industri Bandung, Indonesia

Email: muhammadekoyr@student.telkomuniversity.ac.id,

endangchumaidiyah@telkomuniversity.ac.id, sintatelu@telkomuniversity.ac.id

### Abstrak

The Investor merupakan perusahaan rintisan yang didirikan di kota Solo pada tahun 2018. Bisnis dari The Investor adalah platform edukasi investasi saham yang bergerak melalui website dan social media seperti youtube, instagram dan telegram. Produk yang dijual The Investor merupakan produk digital belajar saham seperti, e-book, mini course, kelas webinar, online course dan The Investor's Portfolio. Dalam menjalankan bisnis, pendapatan The Investor belum optimal dan belum memenuhi target pemilik bisnis, adapun beberapa penyebab permasalahannya, seperti pada blok channels, key resources, key partnership, customer relationship, key activities dan revenue stream. Untuk itu pada penelitian kali ini penulis melakukan Perancangan Model Bisnis dengan kerangka Business Model Canvas yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja bisnis perusahaan. Dalam melakukan penelitian kali ini, penulis memetakan model bisnis eksisting yang didapatkan dari hasil wawancara terhadap founder, kemudian penulis melakukan customer profile yang didapatkan dari kuesioner kepada konsumen The Investor sebanyak 30 orang, dilakukan juga value map untuk menggambarkan model bisnis secara terstruktur dan terperinci, penulis melakukan analisis lingkungan bisnis dengan menggunakan studi literatur, kemudian melakukan analisis strength, weakness, opportunity dan threat dari setiap blok yang bertujuan sebagai pertimbangan serta usulan untuk model bisnis yang baru. Setelah itu pada tahap terakhir penulis merancang usulan model bisnis The Investor sesuai hasil yang didapatkan Hasil rancangan tersebut dapat dipertimbangan The Investor untuk meningkatkan pertumbuhan bisnis pelayanan edukasi belajar investasi saham.

**Kata kunci:** Startup The Investor, Business Model Canvas, Customer Profile, Value Proposition, Analisis Lingkungan Bisins, Analisis SWOT.

### Abstract

*The Investor is a startup company established in the city of Solo in 2018. Business from The Investor is a stock investment education platform that moves through websites and social media such as youtube, instagram and telegram. The products sold by The Investor are digital stock learning products such as e-books, mini*

How To Cite:	Muhammad Eko Yurianto, Endang Chumaidiyah, Sinta Aryani (2023), Perancangan Model Bisnis Usulan Dengan Menggunakan Pendekatan Business Model Canvas Pada Startup Bidang Edukasi Investasi Saham The Investor Di Kota Solo, Vol. 8, No. 4, April 2023, <a href="http://Dx.Doi.Org/10.36418/Syntax-Literate.v8i4.9386">http://Dx.Doi.Org/10.36418/Syntax-Literate.v8i4.9386</a>
--------------	---

E-Issn:	2548-1398
---------	-----------

Published By:	Ridwan Institute
---------------	------------------

*courses, webinar classes, online courses and The Investor's Portfolio. In running a business, The Investor's income has not been optimal and has not met the target of business owners, as for several causes of problems, such as block channels, key resources, key partnerships, customer relationships, key activities and revenue streams. For this reason, in this research, the author conducted a Business Model Design with the Business Model Canvas framework which aims to improve the company's business performance. In conducting this research, the author mapped the existing business model obtained from interviews with the founder, then the author conducted a customer profile obtained from a questionnaire to The Investor consumers as many as 30 people, also carried out a value map to describe the business model in a structured and detailed manner, the author conducted a business environment analysis using literature studies, then conducted a strength analysis, Weaknesses, opportunities and threats of each block that aim to be considered and proposed for new business models. After that, in the last stage, the author designs The Investor's business model proposal according to the results obtained, the results of the design can be considered by The Investor to increase business growth, educational services, learning stock investment.*

**Keywords:** *Startup The Investor, Business Model Canvas, Customer Profile, Value Proposition, Business Environment Analysis, SWOT Analysis.*

## **Pendahuluan**

Saat ini banyak orang yang tertarik untuk berinvestasi saham di pasar modal karena berinvestasi saham bersifat fleksibel. Pasar modal sendiri menurut Husman dalam (Santy & Triyonowati, 2017) merupakan pasar keuangan untuk instrumen keuangan jangka panjang yang diterbitkan pemerintah, public authorities, maupun perusahaan swasta. Bagi investor sendiri, pasar modal berfungsi sebagai alternatif berinvestasi yaitu dengan memberikan keuntungan dengan sejumlah risiko tertentu. Keberadaan pasar modal memiliki peran peningkatan aktivitas ekonomi nasional, karena dengan adanya pasar modal, perusahaan akan lebih mudah memperoleh dana sehingga mendorong perekonomian nasional lebih maju (Hartini, 2016). Hal ini terbukti selama masa pandemi Covid-19 yang lalu, jumlah investor di Bursa Efek Indonesia justru meningkat secara signifikan. Laporan dari Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) menunjukkan bahwa jumlah investor pasar modal mencapai 7,15 juta investor per November 2021 (Pelawi & Suliati, 2021). Jumlah ini naik 84,28% dibandingkan periode tahun lalu yang sebanyak 3,88 juta investor.

**Gambar 1**  
**Jumlah Investor Pasar Modal**



Di provinsi Jawa Tengah tercatat sedikitnya ada 9.334 investor baru di Jawa Tengah selama periode Januari-Mei 2020. Disamping itu jumlah investor di kota Solo sangat meningkat secara signifikan, jumlah investor saham di Soloraya tumbuh positif selama Semester I 2021.

The Investor Indonesia adalah platform layanan edukasi investasi saham yang berfokus di analisa fundamental dan hanya menganalisa saham yang masuk kategori ISSI (Indeks Saham Syariah Indonesia). Dalam menjalankan bisnisnya, The Investor mempunyai beberapa permasalahan, permasalahan utama yaitu tidak tercapainya target penjualan yang diinginkan oleh pemilik bisnis yang mengakibatkan pendapatan The Investor tidak optimal, menurut pemilik bisnis terdapat 6 blok yang ada pada Business Model Canvas yang menjadi permasalahan pada The Investor. Permasalahan pertama terletak pada blok key resources The Investor hanya memiliki 5 team yang didalamnya termasuk founder, co-founder, design graphic, content marketer dan hrd. Permasalahan kedua terletak pada blok channels The Investor masih belum dikenal banyak orang dan followers instagram masih sedikit jika dibandingkan dengan kompetitornya yang sudah mencapai ratusan ribu followers, sehingga nilai atau manfaat dari produk The Investor belum dapat dirasakan oleh banyak orang.

**Gambar 2**  
**Perbandingan Jumlah Followers Instagram The Investor**



**Gambar 3**  
**Perbedaan Jumlah Pengunjung dan Total Produk Terjual**



Berdasarkan gambar tabel scatter plot tersebut dapat diketahui bahwa jumlah pengunjung yang banyak sangat berbeda dengan total jumlah penjualan produk The Investor. Dimana pada tahun 2018 jumlah pengunjung instagram sebanyak 4.400 dengan total produk yang terjual 55, kemudian pada tahun 2019 jumlah pengunjung di instagram sebanyak 18.400 dengan total produk yang terjual 233, dan di tahun 2020 jumlah pengunjung instagram theinvestor\_id sebanyak 20.840 dengan total produk yang terjual 351 dan di tahun 2021 total pengunjung di instagram sebanyak 30.000 orang dengan total penjualan 998 produk.

**Gambar 4**  
**Perhitungan Conversion Rate**

Keterangan	Pengunjung	Penjualan	Total Terjual	Total Terjual (*persen)
2018	4400	55	0,013	1%
2019	18400	233	0,013	1%
2020	20840	351	0,017	2%
2021	30000	998	0,033	3%
<b>Total</b>	<b>73640</b>	<b>1637</b>	<b>0,075</b>	<b>7%</b>
<b>Presentase</b>			<b>0,019</b>	<b>2%</b>

Berdasarkan tabel tersebut, persentase penjualan dari keempat periode dimulai dari tahun 2018-2021 hanya sebesar 0.019 atau 2% artinya nilai tersebut dibawah persentase *conversion rate*. Berdasarkan riset WordStream, rata-rata conversion rate di semua jenis industri adalah 2,35 persen. Sebanyak 25 persen pelaku bisnis online bisa mencapai conversion rate di angka 5,31 persen. Bahkan 10 persen lainnya bisa memperoleh angka conversion rate yang mengagumkan, yaitu 11,45 persen.

Permasalahan ketiga terletak pada blok revenue stream menurut (Wahyurini et al., 2019), rata-rata pendapatan tahun 2018-2020 di angka 30 hingga 50 Juta per bulan, kemudian di tahun 2021 rata-rata pendapatan The Investor di angka 80 Juta per bulan. Hal tersebut belum memenuhi target pemilik bisnis, untuk saat ini target yang dimiliki

founder belum tercapai, founder memiliki target di angka 350 Juta perbulan. Permasalahan keempat terletak pada blok key activities The Investor tidak memiliki variasi materi investasi saham khususnya analisa fundamental, sehingga masih terdapat beberapa pengulangan materi untuk member lama. Dan video pembelajaran masih menggunakan video tahun 2018. Permasalahan kelima terletak pada blok customer relationship The Investor seringkali terlambat dalam memberikan informasi mengenai update produk, sehingga hal ini dapat mempengaruhi kualitas pelayanan The Investor. Permasalahan keenam terletak pada blok key partnership kerjasama partnership dari The Investor dirasa kurang maksimal sehingga hal ini menghambat pertumbuhan bisnis The Investor untuk dikenal oleh customer baru. Dapat disimpulkan bahwa peluang bisnis The Investor ini memiliki market yang bagus, tetapi melihat permasalahan startup The Investor tersebut membuat model bisnisnya akan stagnan atau hanya di situ-situ saja. Hal tersebut dikhawatirkan nantinya jika tidak melakukan pengembangan model bisnis, perusahaan rintisan ini akan mengalami ketertinggalan dengan kompetitornya.

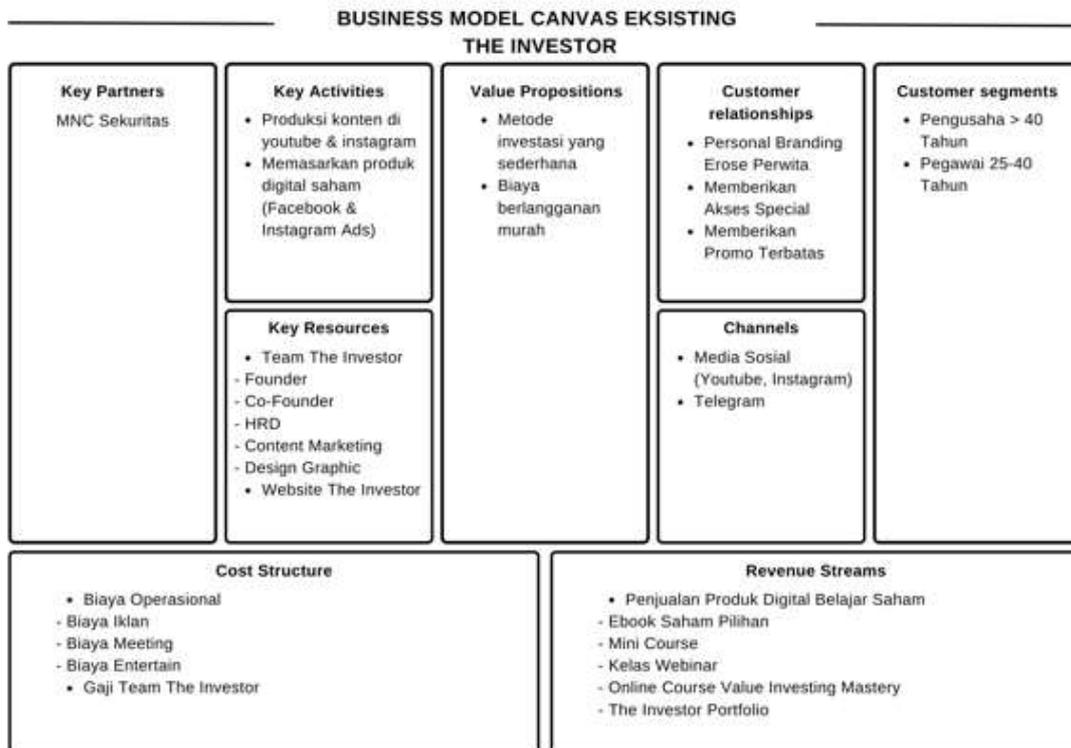
Tahap perancangan *Business Model Canvas* dimulai dari pengumpulan data perusahaan The Investor (Rizki et al., 2020). Data yang diambil merupakan kondisi eksisting perusahaan The Investor kemudian dari data tersebut akan dipertakan menjadi sembilan blok yang ada pada *Business Model Canvas*, kemudian data yang diambil yaitu data customer profile The Investor untuk dapat mengetahui segmen pelanggan The Investor. Data yang diambil dari customer profile digunakan untuk memahami keinginan dari maupun keluhan yang dimiliki oleh pelanggan The Investor, selanjutnya dilakukan analisis lingkungan bisnis yang didapatkan dari jurnal maupun artikel dari internet untuk melihat kondisi pasar yang terjadi. Setelah itu data analisis lingkungan bisnis yang telah dikumpulkan kemudian dilakukannya analisis SWOT, analisis ini dilakukan guna mengidentifikasi tujuan bisnis dari faktor internal dan juga faktor eksternal. Setelah melakukan analisis SWOT didapatkan output strategi bisnis model dari data eksisting, data pelanggan dan data lingkungan bisnis, data tersebut selanjutnya digunakan untuk membuat value proposition guna mengidentifikasi manfaat dan kelebihan yang diinginkan oleh pelanggan dari hasil pengumpulan data dari customer profile dan value map, selanjutnya dilakukannya fit customer profile dengan value map agar mencapai suatu kesamaan antara keduanya setelah itu didapatkan value proposition canvas yang ditawarkan oleh perusahaan yang menjawab keinginan dan permasalahan pelanggan.

## **Metode Penelitian**

### **A. Model Bisnis Eksisting**

Dalam membuat model bisnis eksisting The Investor, maka dibutuhkan data-data model eksisting yang diperoleh wawancara dari mas Erore Perwita dan mas Ian Fatah sekaligus, selaku founder & co-foundernya langsung. Dari data yang di ambil akan dipetakan kedalam 9 blok dasar pada Business Model Canvas. Dapat dilihat pada gambar di bawah ini adalah Business Model Canvas eksisting yang dimiliki oleh The Investor (Sparviero, 2019).

**Gambar 5**  
**Model Bisnis Eksisting**



**Customer Segment**

The Investor menggunakan segmentasi pelanggan untuk dapat menjalankan bisnisnya, segmentasi pelanggan The Investor dibagi menjadi dua yaitu segmen pegawai dan pengusaha.

**Value Proposition**

Nilai yang ditawarkan The Investor kepada pelanggan adalah metode investasi yang sederhana dan biaya berlangganan murah.

**Customer Relationship**

The Investor dalam menjaga hubungan pelanggan menggunakan pendekatan melalui personal branding Erose Perwita, memberikan akses spesial dan promo terbatas.

**Channels**

The Investor menggunakan channels media sosial youtube dan instagram dan komunitas melalui telegram.

**Revenue Stream**

Pendapatan yang didapatkan oleh The Investor melalui hasil penjualan produk digital belajar saham.

**Key Resources**

Sumber daya yang dimiliki The Investor dalam menjalankan bisnisnya yaitu team yang berjumlah 5 orang dan website The Investor.

**Key Activities**

Aktivitas utama yang dilakukan The Investor adalah membuat konten melalui youtube dan instagram serta memasarkan produk digital belajar saham.

**Key Partnership**

## Perancangan Model Bisnis Usulan dengan Menggunakan Pendekatan Business Model Canvas pada Startup Bidang Edukasi Investasi Saham The Investor di Kota Solo

Mitra partnership yang bekerjasama dengan The Investor adalah MNC sekuritas.

### **Cost Structure**

Biaya yang dikeluarkan The Investor dalam menunjang produktifitasnya adalah biaya operasional perusahaan dan biaya gaji team.

### **Customer Profile**

Data konsumen diperoleh dari hasil kuesioner dan dilengkapi studi literatur. Hal ini berguna untuk memetakan pelanggan dari berbagai macam ekspektasi, permasalahan, dan keuntungan apa saja. Sejumlah poin diamati untuk menggambarkan kondisi para pelanggan.

### **Customer Jobs**

Dari hasil data customer jobs didapatkan, Bisa berinvestasi saham dengan benar, meraih multibagger, mengetahui saham undervalue, menyiapkan dana pensiun.

### **Customer Pains**

Dari hasil data customer pains didapatkan, Website perlu dimaksimalkan, belum ada aplikasi, keterlambatan pelayanan, materi belajar perlu diperbarui, perlu diadakan tatap muka/*workshop*.

### **Customer Gains**

Dari hasil data customer gains didapatkan, Menambah ilmu dan wawasan belajar saham, Tergabung dalam komunitas positif, Mendapat saham pilihan, Dapat menganalisa perusahaan.

## **B. Analisis Lingkungan Bisnis**

### **Market Force**

Minimnya literasi investasi saham (Market Issues) : Dari 270 juta penduduk Indonesia pada Juni 2021, hanya sebanyak 5.605.632 penduduk yang baru melek tentang investasi saham menurut Fransiskus Xaverius Nicholas, 2021 dalam (Sembodo, 2009).

Analisa Fundamental diperlukan dalam berinvestasi saham (Needs and Demands) : Sebelum berinvestasi saham investor perlu melakukan analisis fundamental terlebih dahulu, karena hal ini diperlukan untuk membuat keputusan dalam memilih saham mana yang akan dibeli untuk jangka panjang (Nuzula & Nurlaily, 2020).

### **Industry Forces**

Pesaing : Kompetitor The Investor adalah mereka yang membuka layanan belajar saham melalui online. Ini akan menjadikan ancaman bagi The Investor, dikarenakan setiap pesaing memiliki keunggulannya masing-masing dan mereka berusaha memuaskan pelanggan serta kebutuhan pelanggan untuk menyediakan penawaran kepada pelanggan (Maharani, 2022).

Kualitas Pelayanan (New Entrants) : Customer bisa saja beralih pada competitor lain jika dalam pelayanan The Investor buruk.

### **Key Trends**

Tren perkembangan investasi saham (Technology Trends) : Keberadaan pasar modal saat ini memiliki peran peningkatan aktivitas ekonomi nasional, karena dengan adanya pasar modal, perusahaan akan lebih mudah memperoleh dana sehingga mendorong perekonomian nasional menjadi lebih maju.

Tren belajar melalui E-learning : Menurut Forbes, pasar e-learning secara global akan tumbuh hingga 325 miliar dolar pada tahun 2025, dua kali lipat dari pertumbuhannya selama satu dekade terakhir (Press, 2021).

### **Macro Economic Forces**

Pertumbuhan jumlah investor saham (Global Market Condition) : Seiring dengan bertambahnya jumlah investor di Indonesia, maka bertambah juga *demand* untuk belajar investasi saham. (databoks.katadata).

## **C. Analisis SWOT dan Strategi**

### **Value Proposition**

Didapatkan perhitungan *value proposition* untuk *strength* dan *weakness* dengan skor 3,5 dan untuk *opportunities* dan *threat* dengan skor 1,1 sehingga letak *value proposition* berada pada kuadran S-O didalam diagram kartesius yang berarti harus memanfaatkan *strength* yang sudah dimiliki untuk memanfaatkan *opportunities* yang ada dengan melakukan strategi pertumbuhan cepat pada *value proposition* pada startup The Investor karena untuk memiliki sifat yang progresif yang sangat memungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan kemanjuan dengan maksimal (Hartatik & Baroto, 2017).

### **Cost and Revenue**

Didapatkan perhitungan *cost and revenue* untuk *strength* dan *weakness* dengan skor 2,1 dan untuk *opportunities* dan *threat* dengan skor -0,3 sehingga letak *cost and revenue* berada pada kuadran S-T didalam diagram kartesius yang berarti harus meningkatkan *strength* yang sudah dimiliki untuk menanggulangi *threat* yang ada dengan melakukan diversifikasi besar-besaran pada *cost and revenue* pada start-up The Investor (PT Indonesia Investa Origa).

### **Infrastructure**

Didapatkan perhitungan *infrastructure* untuk *strength* dan *weakness* dengan skor -0,1 dan untuk *opportunities* dan *threat* dengan skor -0,3 sehingga letak *infrastructure* berada pada kuadran W-T didalam diagram kartesius yang berarti merupakan taktik defensif yang diarahkan unruk mengurangi kelemahan internal serta menghindari ancaman eksternal pada startup The Investor (PT Indonesia Investa Origa).

### **Customer Interface**

Didapatkan perhitungan *customer interface* untuk *strength* dan *weakness* dengan skor 1,8 dan untuk *opportunities* dan *threat* dengan skor 0,6 sehingga letak *value proposition* berada pada kuadran S-O didalam diagram kartesius yang berarti harus memanfaatkan kekuatan internal perusahaan untuk menarik keuntungan dari peluang eksternal yang ada dengan melakukan strategi pertumbuhan cepat pada *customer interface* pada startup The Investor (PT Indonesia Investa Origa).

### **Value Proposition Canvas**

Pada tahap *value proposition canvas* data yang dikumpulkan terdiri dari pain reliever, product and services dan gain creators kemudian didapatkan gambaran terhadap *value proposition* yang dimiliki oleh The Investor.

#### **Pain Relievers**

Pada poin pain memiliki website perlu dimaksimalkan maka untuk reliefers nya meningkatkan kualitas website, kemudian untuk poin belum ada aplikasi maka reliefers nya membuat aplikasi yang memudahkan pelanggan, kemudian untuk keterlambatan pelayanan reliefersnya dengan meningkatkan kualitas pelayanan, untuk poin materi belajar perlu diperbarui maka reliefersnya memperbarui materi belajar investasi saham, kemudian untuk poin perlu diadakan tatap muka, maka reliefersnya mengadakan workshop belajar saham secara berkala.

### Gain Creators

Pada poin gain, memiliki menambah ilmu dan wawasan belajar saham maka untuk creatorsnya meningkatkan kualitas konten, kemudian untuk gain tergabung dalam komunitas positif maka untuk creatorsnya mengelola komunitas dengan treatment khusus, kemudian untuk gain mendoat saham pilihan maka untuk creatorsnya memperhatikan update saham-saham pilihan, lalu untuk gain dapat menganalisa perusahaan maka untuk creatorsnya memastikan pelanggan memahami analisa fundamental.

### Product and services

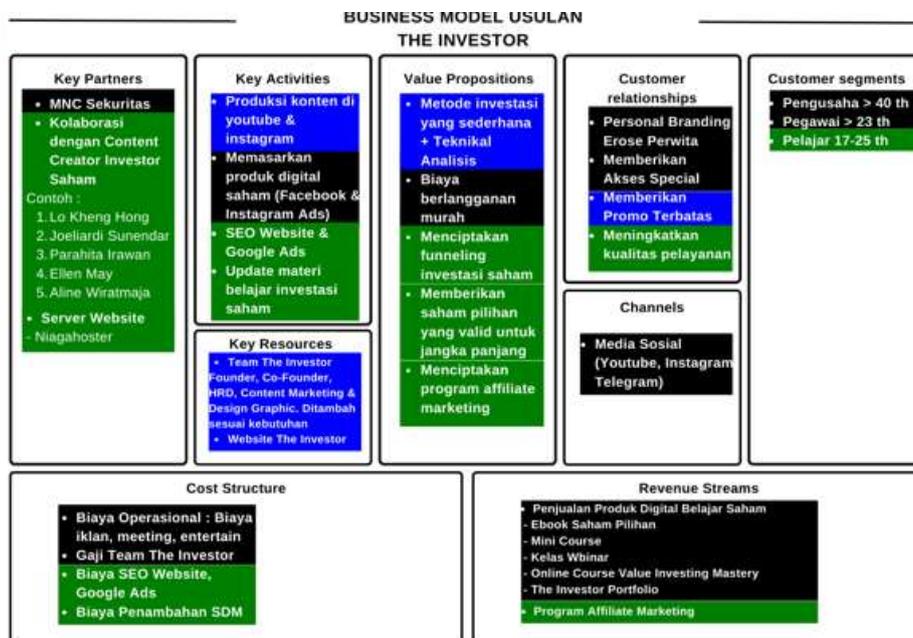
Product and services merupakan penjelasan dari produk dan jasa yang cocok untuk diberikan ke pelanggan seperti Metode investasi sederhana, biaya berlangganan murah, terdapat *funneling* sebelum berinvestasi saham tersedia saham pilihan yang valid untuk jangka panjang, terdapat program *affiliate* marketing The Investor

### Hasil dan Pembahasan

#### Perancangan Model Bisnis Usulan

Perancangan model bisnis usulan berfungsi untuk menggambarkan strategi baru dari model bisnis eksisting The Investor. Dengan adanya perancangan model bisnis baru akan memberikan manfaat dan juga nilai nilai yang dapat memperbaiki kualitas bisnis dari perusahaan The Investor.

**Gambar 6**  
**Hasil Rancangan Model Bisnis Usulan**



### Customer segment

The Investor memiliki segmen seperti pengusaha, pegawai yang sudah berpenghasilan serta pelajar yang memiliki minat untuk investasi saham.

### Value Proposition

Usulan yang diberikan untuk The Investor seperti metode investasi yang sederhana ditambah metode pembelajaran analisis teknikal, biaya berlangganan murah, *funneling* investasi saham, saham pilihan yang valid dan program *affiliate marketing*.

### **Customer Relationship**

The Investor perlu melakukan pendekatan dengan pelanggan melalui personal branding Erose Perwita, memberikan akses spesial, memberikan promo terbatas dan meningkatkan kualitas pelayanan.

### **Channels**

Saluran melalui media sosial seperti youtube, instagram dan komunitas telegram tetap dipertahankan.

### **Revenue Stream**

Pendapatan The Investor dapat diperoleh dari hasil penjualan produk digital belajar saham dan program *affiliate marketing*.

### **Key Resources**

Sumber daya manusia dan website The Investor perlu ditingkatkan untuk menunjang bisnis The Investor.

### **Key Activities**

Aktifitas seperti produksi konten youtube dan instagram perlu ditingkatkan, untuk pemasaran melalui facebook dan instagram ads tetap dijalankan dan menciptakan aktifitas usulan seperti beriklan melalui Google Ads, SEO Website dan update materi belajar investasi saham.

### **Key Partnership**

Usulan yang diberikan yaitu tetap bekerjasama dengan sekuritas MNC, berkolaborasi dengan *content creator* investor saham untuk mendukung bisnis The Investor dan bekerja sama dengan penyedia sever website.

### **Cost Structure**

Struktur biaya yang menjadi usulan adalah biaya operasional, gaji team, biaya SEO Website dan Google Ads kemudian biaya penambahan SDM.

### **Kesimpulan**

Dengan hasil penelitian yang sudah dilakukan untuk mengimprovisasi dari bisnis The Investor menggunakan pendekatan Business Model Canvas The Investor dapat mempertimbangkan atau memikirkan usulan yang sudah diberikan untuk diterapkan/diimplementasikan untuk mengembangkan bisnis pelayanan edukasi belajar investasi saham dan mempertimbangkan usulan yang sudah diberikan

## BIBLIOGRAFI

- KSEI. (2021). Jumlah Investor Pasar Modal
- Osterwalder, A. and Pigneur, Y. (2010), *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*, Wiley.
- Osterwalder, A. and Pigneur, Y. (2012). *Business Model Generation*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & SmithHartatik, H., & Baroto, T. (2017). Strategi pengembangan bisnis dengan metode business model canvas. *Jurnal Teknik Industri*, 18(2), 113–120.
- Hartini, S. (2016). Peran dan Fungsi Pasar Modal Dalam Perekonomian Suatu Negara. *YUSTISI*, 3(2), 55.
- Maharani, D. P. (2022). *Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meraih Keunggulan Kompetitif: Pendekatan Analisis SWOT (Studi Kasus Pada BSI KC Kudus Ahmad Yani 2)*. IAIN KUDUS.
- Nuzula, N. F., & Nurlaily, F. (2020). *Dasar-dasar manajemen investasi*. Universitas Brawijaya Press.
- Pelawi, J., & Suliati, R. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Investasi Individu di Pasar Modal Saham di Tengah Pandemi COVID-19. *JURNAL SYNTAX IMPERATIF: Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 2(5), 350–373.
- Press, U. G. M. (2021). *Pemikiran Guru Besar Universitas Gadjah Mada Menuju Indonesia Maju 2045: Bidang Sains dan Teknologi*. UGM PRESS.
- Rizki, N. N., Hasun, F., & Aryani, S. (2020). Perancangan Model Bisnis Alumnibisa. com Dengan Pendekatan Business Model Canvas (bmc). *EProceedings of Engineering*, 7(1).
- Santy, V. A. D., & Triyonowati, T. (2017). Pengaruh ROA, ROE, dan EPS terhadap Harga Saham PT. Garuda Indonesia Tbk. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(9).
- Sembodo, M. (2009). *Pater Beek, Freemason, dan CIA*. Galan.
- Sparviero, S. (2019). The case for a socially oriented business model canvas: The social enterprise model canvas. *Journal of Social Entrepreneurship*, 10(2), 232–251.
- Wahyurini, E., Perwira, R. I., & Yudhiantoro, D. (2019). Pengembangan Produksi Garut Pada Ukm Lancar Rejeki Desa Kadireso Pajangan, Bantul. *LPPM UPNVY PRESS*, 1282.

h, A. (2014). *Value Proposition Design*. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.

Bayu Tri Cahya dan Nila Ayu Kusuma. (2019) Pengaruh Motivasi dan Kemajuan Teknologi Terhadap Minat Investasi Saham

Aprayuda, R. Faktor Yang Mempengaruhi Keinginan Investasi Investor Muda di Pasar Modal Indonesia (2020) e-Jurnal Akuntansi

Sofjan Assauri, Pemasaran, Dasar, Konsep dan Strategi, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada,1996) .

Tambunan, D. Investasi Saham di Masa Pandemi COVID-19 (2020) Universitas Bina Sarana Informatika, Volume 4 No. 2 September 2020

KSEI. (2021). Jumlah Investor Pasar Modal

Osterwalder, A. and Pigneur, Y. (2010), *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*, Wiley.

Osterwalder, A. and Pigneur, Y. (2012). *Business Model Generation*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2014). *Value Proposition Design*. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.

Bayu Tri Cahya dan Nila Ayu Kusuma. (2019) Pengaruh Motivasi dan Kemajuan Teknologi Terhadap Minat Investasi Saham

Aprayuda, R. Faktor Yang Mempengaruhi Keinginan Investasi Investor Muda di Pasar Modal Indonesia (2020) e-Jurnal Akuntansi

Sofjan Assauri, Pemasaran, Dasar, Konsep dan Strategi, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada,1996) .

Tambunan, D. Investasi Saham di Masa Pandemi COVID-19 (2020) Universitas Bina Sarana Informatika, Volume 4 No. 2 September 2020

---

**Copyright holder:**

Muhammad Eko Yurianto, Endang Chumaidiyah, Sinta Aryani (2023)

**First publication right:**

Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

**This article is licensed under:**

