

Pelatihan Kewirausahaan tentang *Business Model Canvas* bagi Siswa Sekolah Menengah Kejuruan

Ari Nuratringrum¹⁾, Rinintha Parameswari²⁾

¹²Fakultas Bisnis, Universitas Buddhi Dharma, Tangerang, Indonesia

Email: arinuratri@gmail.com, rininthapwari@gmail.com

ABSTRAK

Saat ini kewirausahaan adalah hal penting yang dibutuhkan untuk penguatan pondasi ekonomi. Salah satu variasinya adalah *Business Model Canvas* (BMC), sebagai alat perencanaan strategis yang digunakan oleh para manajer untuk menggambarkan dan mengembangkan model bisnis mereka. Template BMC dengan jelas mengidentifikasi elemen-elemen kunci yang membentuk sebuah bisnis. Selain itu, templet ini menyederhanakan rencana bisnis menjadi bentuk yang ringkas. Materi ini yang disampaikan kepada siswa kelas XII Akuntansi SMK Bangun Nusantara, Kota Tangerang. Penyampaian materi ini dilakukan secara ceramah dan penguatan materi dilakukan secara tanya jawab. Dengan pendekatan ini, siswa diharapkan tidak hanya memahami konsep, tetapi juga mampu menerapkannya secara langsung. Selama kegiatan berlangsung, para peserta menunjukkan antusiasme dan partisipasi aktif. Mereka terlibat secara langsung dalam setiap sesi, baik dalam menjawab pertanyaan dan berdiskusi. Juga dilakukan pretest dan *post-test* secara lisan terhadap materi yang disampaikan. Saat pretest dilakukan hampir semua siswa yang terdiri dari 25 siswa kurang mengetahui *Bussiness Model Canvas*. Hasil kegiatan yang dilakukan secara *post-test* menyatakan bahwa hampir seluruh siswa telah memahami materi yang disampaikan, bahwa BMC adalah salah satu bentuk inovasi kewirausahaan yang terdiri dari sembilan elemen kunci yang saling berhubungan di dalam dunia bisnis sehingga para siswa paham bila menerapkan BMC bisnis menjadi lebih ringkas dan efisien. Kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan menambah wawasan siswa SMK tentang kewirausahaan/ dunia bisnis. Kegiatan ini diharapkan bisa dilakukan lebih sering demi menghasilkan lulusan SMK yang kompeten dan siap pakai di dunia usaha. Tentunya akan lebih baik bila pelatihan dilakukan secara berkala yang dimentori oleh praktisi bisnis maupun pengajar di bidang pendidikan serta ditunjang dengan praktek yang memadai.

Kata Kunci: *Bussiness Model Canvas*, Inovasi Bisnis, Pelatihan Kewirausahaan, Model Bisnis, Sembilan Elemen Kunci

Entrepreneurship Training on the Business Model Canvas for Vocational High School Students

ABSTRACT

Entrepreneurship is currently a crucial element needed to build an economic foundation. One variation is the Business Model Canvas (BMC), a strategic planning tool used by managers to describe and develop their business models. The BMC template clearly identifies the key elements that make up a business. Furthermore, it transforms business plans into a concise form. This material was presented to 12th grade Accounting students at Bangun Nusantara Vocational School, Tangerang City. The material was delivered through lectures and reinforced through questions and answers. With this approach, students are expected to not only understand the concept but also be able to apply it directly. During the activity, the participants showed enthusiasm and active participation. They were directly involved in each session, both in answering questions and discussing. Oral pretests and posttests were also conducted on the material presented. During the pretest, almost all 25 students had little knowledge of the Business Model Canvas. The results of the posttest stated that almost all students had understood the material presented, that BMC is a form of entrepreneurial innovation consisting of nine key elements that are interconnected in the business world so that students understand that applying BMC makes business more concise and efficient. This community service activity is expected to broaden vocational high school students' knowledge of entrepreneurship/the business world. It is hoped that this activity can be conducted more frequently to produce competent and ready-to-use graduates in the business world. It would certainly be better if the training were conducted regularly, mentored by business practitioners and educators in the education field, and supported by adequate practice.

Keywords: Business Model Canvas, Business Innovation, Entrepreneurship Training, Business Model, Nine Key Elements

PENDAHULUAN

Kewirausahaan merupakan hal yang sangat mendasar bagi penguatan kegiatan ekonomi masyarakat. Hal ini yang dianggap penting sehingga dijadikan mata pelajaran maupun mata kuliah wajib bagi pelajar dan mahasiswa. Kewirausahaan menciptakan lapangan kerja baru, meningkatkan daya saing, menumbuhkan inovasi dan kreatifitas. Saat ini para calon usahawan dituntut untuk punya kemampuan dalam merancang, mengembangkan dan mengaplikasikan ide usaha yang unik dan menarik. (Asri et al., 2024). Tentunya ide harus orisinal dan terarah. Salah satu yang bisa dikembangkan untuk mendapatkan ide tersebut adalah melalui *Business Model Canvas (BMC)*. Ide tersebut diharapkan akan menimbulkan minat dan motivasi siswa untuk mengembangkan ide-ide kreatif, sekaligus memahami tanggung jawab yang melekat dalam menjalankan sebuah bisnis (Bisnis & Dharma, 2025).

Pemahaman tentang fungsi *entrepreneurship* serta model atau variasinya sangat penting untuk menunjang para siswa untuk membekali kehidupan mereka di masa yang akan datang. Karena dengan pemahaman yang cukup beragam membuat mereka menjadi pribadi yang tangguh dan selalu kreatif dalam mencari solusi dalam kehidupan. Hal tersebut sejalan dengan materi yang akan disampaikan dalam pelatihan kewirausahaan ini. Pemahaman konsep dasar berwirausaha, manajemen bisnis, serta kemampuan berkomunikasi dan beradaptasi menjadi kunci sukses bagi para generasi muda (Games & Rahman, 2025).

Kegiatan pelatihan kewirausahaan ini berlangsung dengan suasana yang penuh

semangat dan antusiasme. Tema yang diangkat adalah “Penerapan *Business Model Canvas (BMC)* dalam Pengembangan Ide Usaha”, di mana para pemateri memperkenalkan sembilan elemen utama BMC seperti *customer segments, value proposition, channels, customer relationships, revenue streams*, hingga *cost structure*. Melalui pemahaman dan penerapan Sembilan aspek tersebut peserta diharapkan mampu merancang model bisnis yang realistis, unik, terukur dan tentunya berorientasi pada kebutuhan pasar (Salakan, n.d.). Juga diharapkan pelatihan ini akan menambah wawasan para siswa di bidang kewirausahaan. memberikan manfaat terutama hal praktis yaitu persiapan siswa untuk dunia kerja dan pelatihan pengembangan diri sebagai wirausaha.

METODE

Pengabdian masyarakat dikemas dalam bentuk pelatihan dan ceramah yang dihadiri oleh siswa SMK jurusan Akuntansi kelas XII. Kelas akhir SMK ini dipilih karena tahun depan akan meninggalkan sekolah dan bergabung dengan masyarakat dalam perkuliahan atau bekerja. Sasaran dari kegiatan ini jurusan Akuntansi yang relevan dalam dalam pembelajaran bisnis dan laporan keuangan (Syahrudin et al., 2024).

Metode pelaksanaan yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah penyampaian informasi dan materi melalui metode ceramah dan tanya jawab. Sebelumnya dilakukan pretest untuk menguji pengetahuan siswa tentang materi yang akan disampaikan. (Kurniawati et al., 2020). Penelitian ini menggunakan sarana pre-eksperimental *one-group pretest-*

postest untuk mengukur efektivitas pelatihan *Business Model Canvas*. Adapun data diambil dari instrument pertanyaan yang terstruktur dan dianalisis menggunakan statistic deskriptif untuk membandingkan peningkatan pemahaman siswa.

Pelatihan dilakukan di SMK Bangun Nusantara yang beralamat di Jalan sawah Darat Ketapang, Kecamatan Cipondoh, Kota Tangerang. Kegiatan ini dilakukan pada hari Kamis tanggal 6 November 2025 pukul 13.00- 15.00. Kegiatan tersebut dihadiri oleh kelas XII Akuntansi sebanyak 25 orang.

Mayoritas siswa yang hadir terdiri adalah siswa perempuan dibandingkan siswa laki-laki dengan perbandingan 32% : 68%. Jumlah siswa laki laki 8 dan siswa perempuan 17 orang. Dengan rata rata usia responden antara 16 sampai dengan 17 tahun.

Adapan materi yang disampaikan adalah model bisnis kewirausahaan yaitu *Bussiness Model Canvas (BMC)* yang mempunyai banyak manfaat terhadap efesiensi praktek bisnis (Rini Loliyani, n.d.). *Business Model Canvas (BMC)* adalah alat perencanaan strategis yang digunakan oleh para manajer untuk menggambarkan dan mengembangkan model bisnis mereka. *Template* kanvas model bisnis dengan jelas mengidentifikasi elemen-elemen kunci yang membentuk sebuah bisnis. Selain itu, templat ini menyederhanakan rencana bisnis menjadi bentuk yang ringkas. Dengan demikian, templat kanvas model bisnis berfungsi seperti ringkasan eksekutif untuk rencana bisnis (Jannati & Prasetiani, 2023).

Saat ini sudah ada banyak perusahaan besar yang menggunakan strategi *Bussiness Model Canvas (BMC)*. BMC, seperti Toyota, Honda, Amazon, dan

sebagainya. BMC sendiri merupakan adalah sarana dalam strategi manajemen yang bertujuan agar bisa menerjemahkan konsumen, konsep, infrastruktur hingga keuangan perusahaan ke dalam bentuk elemen visual. BMC adalah kerangka manajemen dari sebuah bisnis yang dirancang untuk menentukan bagaimana strategi bisnis yang akan dijalankan. Sesuai dengan namanya, BMC dibuat dalam bentuk gambar ide, sehingga pemahaman orang-orang akan sama, baik itu tentang konsumen mereka, cara kerja perusahaan, biaya dan lain sebagainya.

BMC diciptakan oleh seorang *entrepreneur* asal Swiss yang bernama Alexander Osterwalder pada tahun 2005. Dengan bentuk kerangka sederhana ini, akan dimudahkan untuk melihat gambaran terkait ide bisnis serta bagaimana realisasinya dengan lebih cepat. Selain itu, BMC akan juga bisa membuat untuk lebih cepat dalam mengambil keputusan apakah ide bisnis menguntungkan atau tidak dan perlu dilanjutkan atau tidak.

Segmen Pasar dan Proposisi Nilai: Proposisi nilai bisa membantu perusahaan untuk mengenal lebih jauh tentang produk atau jasa yang akan didirikan atau dikembangkan yang kemudian akan dihubungkan dengan keinginan pasar sehingga bisa memenuhi kebutuhan sekaligus keinginan para konsumen. Hal ini tentu bisa menjadi pondasi bisnis agar bisa berkembang secara cepat (Syahrudin et al., 2024).

Setiap produk yang hendak dikeluarkan harus tervalidasi dan fokus untuk bisa memenuhi permintaan konsumen. Agar tujuan ini bisa terwujud, maka para pelaku bisnis harus bisa memanfaatkan proposisi nilai sehingga apa yang diinginkan konsumen nantinya bisa diketahui dan terpetakan. (Amelia et al., 2023). Juga

pelaku bisnis harus mempunyai kemampuan mengetahui hal hal yang termasuk dalam 9 elemen BMC.

Untuk menentukan sistem yang tepat dalam perusahaan, diperlukan perancangan proposisi nilai yang terstruktur dan komprehensif. Proposisi nilai tersebut dibangun melalui sembilan elemen utama dalam *Business Model Canvas* yang saling berhubungan dan membentuk satu kesatuan sistem bisnis. Berikut ini merupakan penjelasan rinci mengenai masing-masing elemen tersebut beserta perannya dalam mendukung keberlangsungan perusahaan.

Customer segments menjelaskan kelompok pelanggan yang menjadi target utama perusahaan dalam menjalankan model bisnisnya. Segmentasi ini dapat dibedakan berdasarkan variabel demografis seperti usia dan gender, serta variabel psikografis dan perilaku seperti gaya hidup dan tingkat konsumerisme. Dengan memahami karakteristik setiap segmen, perusahaan dapat merancang strategi yang lebih tepat sasaran dan efektif.

Value proposition menggambarkan produk atau layanan yang ditawarkan perusahaan beserta nilai tambah yang membedakannya dari pesaing. Elemen ini menekankan manfaat utama yang dirasakan pelanggan, baik dalam bentuk kualitas, harga, kemudahan, maupun pengalaman pengguna. Kejelasan proposisi nilai menjadi faktor kunci dalam menarik perhatian sekaligus mempertahankan loyalitas pelanggan.

Channel merupakan sarana yang digunakan perusahaan untuk menjangkau dan berinteraksi dengan pelanggan. Saluran ini mencakup aktivitas promosi, distribusi produk, hingga layanan purna jual dan penanganan keluhan. Pemilihan

channel yang tepat akan meningkatkan efektivitas komunikasi dan memperluas jangkauan pasar.

Customer relationship menjelaskan strategi perusahaan dalam membangun dan memelihara hubungan dengan pelanggan. Pendekatan ini dapat berupa layanan personal, komunitas pelanggan, maupun sistem otomatis berbasis teknologi. Hubungan yang dikelola dengan baik akan meningkatkan kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas pelanggan.

Revenue streams menggambarkan bagaimana perusahaan memperoleh pendapatan dari produk atau layanan yang ditawarkan. Sumber pendapatan dapat berasal dari penjualan langsung, langganan, lisensi, komisi, atau model bisnis lainnya. Diversifikasi sumber pendapatan membantu perusahaan menjaga stabilitas dan keberlanjutan finansial.

Key activities mencakup seluruh aktivitas utama yang harus dilakukan perusahaan untuk menciptakan dan menyampaikan value proposition. Aktivitas ini dapat berupa produksi, pengembangan produk, pemasaran, distribusi, maupun layanan pelanggan. Pelaksanaan aktivitas inti yang efisien dan terintegrasi akan memastikan model bisnis berjalan secara optimal.

Key resources merupakan sumber daya utama yang diperlukan perusahaan untuk menjalankan model bisnisnya. Sumber daya tersebut dapat berupa aset fisik, intelektual, manusia, maupun finansial. Perencanaan dan pengelolaan sumber daya yang tepat akan mendukung penciptaan value proposition secara berkelanjutan.

Key partnership menjelaskan hubungan kerja sama dengan pihak eksternal yang mendukung operasional perusahaan. Kemitraan ini dapat melibatkan pemasok,

distributor, investor, maupun mitra strategis lainnya. Kolaborasi yang efektif akan memperkuat kapabilitas perusahaan dan mengurangi risiko operasional.

Cost structure menggambarkan seluruh komponen biaya yang dikeluarkan untuk menjalankan model bisnis. Biaya tersebut mencakup biaya operasional harian, pengadaan sumber daya, produksi, hingga pemasaran. Pengelolaan struktur biaya yang efisien sangat penting untuk menjaga profitabilitas dan daya saing perusahaan.

Bila perusahaan dengan konsisten menerapkan BMC, ada beberapa keuntungan yang bisa didapatkan perusahaan dengan menggunakan *business model canvas* ini. Berikut ada beberapa keuntungan di antaranya:

Mempersingkat penulisan dari rencana bisnis, menggunakan metode konvensional pasti akan memakan waktu dan penulisan yang sangat panjang. Namun dengan BMC ini, perusahaan hanya perlu menulis poin-poin pentingnya saja. Nantinya poin ini akan semakin mengerucut dengan blok yang telah tersedia.

Mengurangi risiko kesalahan dalam menjalankan bisnis, ketika pelaku bisnis sedang melakukan eksekusi untuk bisnisnya, maka BMC ini bisa digunakan sebagai panduan perusahaan dalam menjalankan eksekusi tersebut. Dengan begitu, risiko kesalahan bisa dihindari.

Meningkatkan fokus perusahaan, BMC bisa membantu perusahaan untuk fokus pada poin penting dalam perencanaan bisnisnya. Sifatnya yang mampu memberikan gambaran nyata dari keseluruhan bisnis, sehingga perusahaan bisa menilai dimana letak kekuatan maupun kelemahan dalam bisnis dari data input.

Untuk menerapkan *Business Model Canvas* di dalam bisnis, selain

mempertimbangkan kesembilan elemen penting dalam BMC, cara menggunakan BMC yang baik untuk membangun bisnis sehingga bisa mendapatkan hasil yang diinginkan (Gultom et al., 2020).

Analisa kompetitor, melakukan analisa pada kompetitor untuk melihat sisi keberhasilan serta kegagalan dari kompetitor bisa membantu dalam membuat langkah terbaik untuk bisnis ke depannya. Mengurutkan elemen, urutkan sembilan elemen yang telah disebutkan di atas secara sistematis agar bisa tahu mana yang lebih penting untuk dijalankan terlebih dahulu. Menghubungkan setiap elemen juga bisa membantu anda dalam menyusun strategi yang tepat, sebab setiap elemen tersebut saling berhubungan dan saling mendukung.

Fokus kondisi sekarang, menyiapkan strategi yang akan dijalankan di masa depan memang penting, namun jangan abai dengan kondisi yang sedang berlangsung pada saat ini. Karena setiap saat kondisi bisa saja berubah-ubah. Pastikan semua elemen berhubungan dan lakukan pengecekan ulang agar terhindar dari kesalahan (Jurnal & Sosial, 2024).

Business Model Canvas merupakan alat strategis yang sangat membantu pelaku usaha, baik yang baru merintis maupun yang telah berpengalaman. Kerangka ini memberikan panduan terstruktur dalam merancang, menganalisis, dan mengembangkan model bisnis secara sistematis. Apabila diterapkan secara tepat, perusahaan memiliki peluang lebih besar untuk tumbuh secara berkelanjutan dan bertahan di tengah persaingan yang semakin kompetitif (Sman & Bengkul, 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan kewirausahaan ini dilakukan oleh Tim Dosen Universitas Buddhi Dharma yang terdiri dari: Ari Nuratriningrum, Rinintha Parameswari.

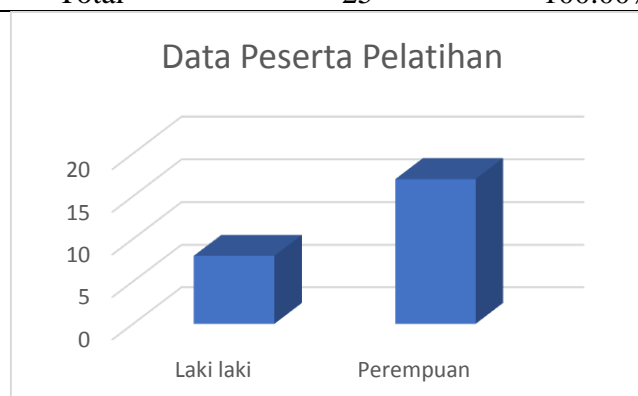
Pelatihan dilakukan di SMK Bangun Nusantara yang beralamat di Jalan sawah Darat Ketapang, Kecamatan Cipondoh, Kota Tangerang. Kegiatan ini dilakukan pada hari Kamis tanggal 6 November 2025

pukul 13.00- 15.00. Kegiatan tersebut dihadiri oleh kelas XII Akuntansi sebanyak 25 orang.

Mayoritas siswa yang hadir terdiri adalah siswa perempuan dibandingkan siswa laki laki dengan perbandingan 32%: 68%. Dengan rata rata usia responden antara 16 sampai dengan 17 tahun. Statistik responden dirangkum dalam Tabel 1.

Tabel 1. Data Peserta Pelatihan

	Jumlah peserta	Prosentase
Laki laki	8	32.00%
Perempuan	17	68.00%
Total	25	100.00%



Gambar 1. Diagram Peserta Pelatihan

Saat melakukan pelatihan Bussiness Model canvas, ternyata pada awalnya tidak banyak siswa yang mengetahui materi tersebut. Hal ini diketahui saat pemateri melakukan pretest secara lisan pada peserta pelatihan. Seminar dibuka dengan doa, kemudian intermezzo yang membahas tentang keadaan bisnis dewasa ini, kemudian masuk ke materi utama. Sebelum masuk ke materi utama, dilakukan *pre-test* atas peserta.

Pretest secara lisan tentang pengetahuan akan materi yang akan disampaikan. Para peserta diajukan 4 pertanyaan yang harus

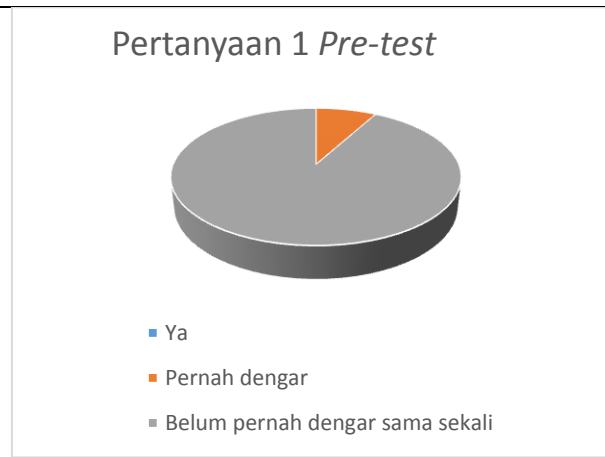
dijawab. Berikut adalah pretest secara lisan yang ditanyakan kepada peserta:

1. Saya memahami dengan baik pengetahuan tentang *Business Model Canvas*.
2. Saya mengetahui manfaat bisnis menggunakan *Business Model Canvas*.
3. Saya pernah mendengar metode *Business Model Canvas* baik di sekolah maupun di media yang saya baca / dengar.
4. Saya cukup tahu tentang 9 elemen kunci *Business Model Canvas*.

Tabel 2. Pre-test Pengetahuan Materi yang Disampaikan

No	Jml responden	Jawaban
1	0	Ya
	2	Pernah dengar
	23	Belum pernah dengar sama sekali

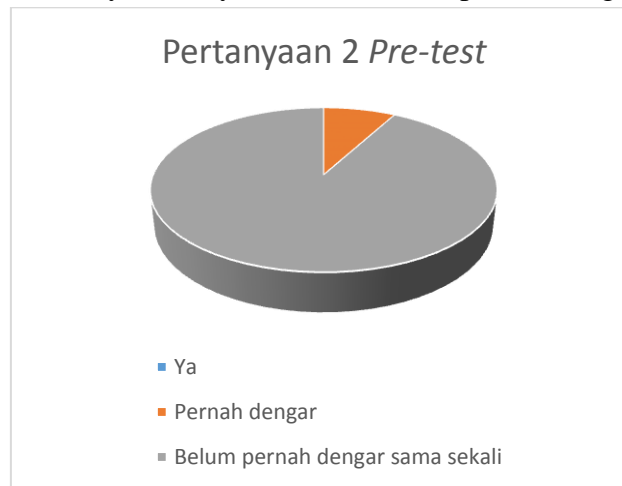
Jumlah	25	
2	0	Ya
	2	Pernah dengar
	23	Belum pernah dengar sama sekali
Jumlah	25	
3	1	Ya
	1	Pernah dengar
	23	Belum pernah dengar sama sekali
Jumlah	25	
4	0	Ya
	2	Pernah dengar
	23	Belum pernah dengar sama sekali
Jumlah	25	



Gambar 2. Diagram Jawaban Pertanyaan 1

Dari pertanyaan 1 yang menanyakan pengetahuan dengan baik dan cukup mendalam tentang BMC ternyata hanya 2

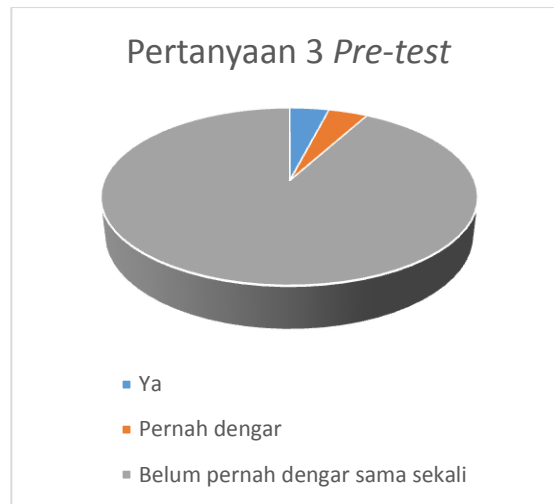
orang atau 8% yang pernah mendengar, sementara sisanya 23 orang atau 92% belum pernah dengar sama sekali.



Gambar 3. Diagram Jawaban Pertanyaan 2

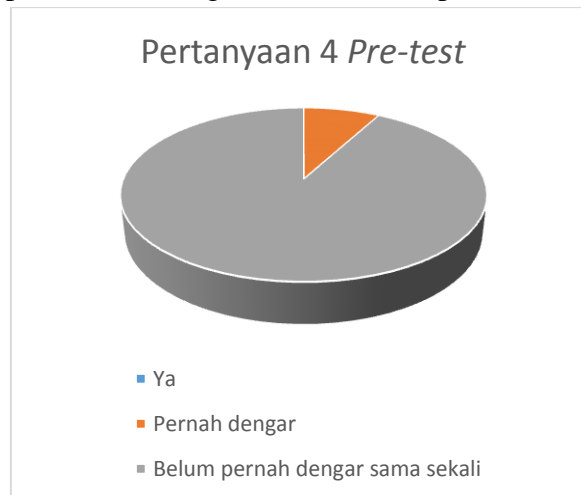
Dari pertanyaan 2 yang menanyakan manfaat bisnis menggunakan metode BMC ternyata hanya 2 orang atau 8% yang

pernah mendengar, sementara sisanya 23 orang atau 92% belum pernah dengar sama sekali.



Gambar 4. Diagram Jawaban Pertanyaan 3

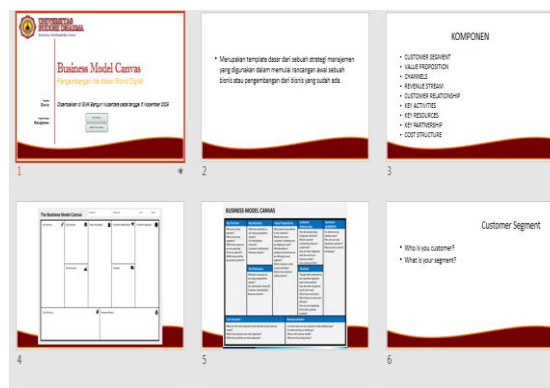
Dari pertanyaan 3 yang menanyakan pengetahuan tentang BMC ternyata hanya 1 orang atau 4% yang pernah mendengar, sementara sisanya 23 orang atau 92% belum pernah mendengar sama sekali.



Gambar 5. Diagram Jawaban Pertanyaan 4

Dari pertanyaan 4 yang menanyakan 9 elemen kunci tentang BMC ternyata hanya 2 orang atau 8% yang pernah mendengar, sementara sisanya 23 orang atau 92% belum pernah dengar sama sekali.

Pelatihan tentang Bussiness Model Canvas yang terdiri dari materi sebagai berikut:





Gambar 6. Materi Pelatihan

Para pemateri menjelaskan bahwa BMC bukan hanya alat perencanaan bisnis, tetapi juga sarana berpikir strategis agar calon wirausahawan muda mampu memahami hubungan antara ide, pasar, dan keberlanjutan usaha. Peserta diajak menganalisis contoh nyata dari berbagai jenis bisnis, kemudian berdiskusi kelompok untuk merancang model bisnis versi mereka sendiri. (Sinatria et al., 2025) Beberapa kelompok menampilkan ide-ide kreatif seperti usaha kuliner lokal modern dan layanan digital sederhana yang relevan dengan tren masa kini (Rifandi et al., 2026).

Suasana makin hidup saat sesi tanya jawab. Salah satu siswa, Iqbal, mengajukan pertanyaan menarik mengenai tantangan dalam menerapkan model bisnis yang sudah dibuat di dunia nyata. Pertanyaan tersebut dijawab oleh para pemateri dengan penjelasan bahwa

tantangan utama biasanya terletak pada konsistensi pelaksanaan, validasi pasar, serta kemampuan beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis. Mereka menekankan pentingnya trial and error, riset pasar, dan kemampuan berinovasi sebagai kunci menghadapi dinamika tersebut (Kurniawati et al., 2020).

Kegiatan ditutup dengan pesan inspiratif dari para narasumber agar siswa tidak takut untuk mencoba dan gagal, karena setiap kegagalan adalah bagian dari proses menuju kesuksesan. Para peserta pun tampak termotivasi untuk mulai menuangkan ide bisnis mereka ke dalam bentuk nyata (Syamsudin, 2007).

Setelah dilakukan pelatihan, diuji pemahaman beberapa siswa dan ditemukan bahwa siswa telah memahami materi dengan baik. Hal ini ditunjukkan dengan adanya tanya jawab yang dilakukan para siswa dengan tim pemateri.



Gambar 7. Sesi Pelatihan oleh Dosen UBD

Post-test juga dilakukan setelah kegiatan pemaparan materi. Untuk pertanyaan yang ditanyakan sama dengan *pre-test*, dan jawaban responden sebagai berikut:

Tabel 3. *Post-test* Materi yang Disampaikan

Pertanyaan	Jumlah	Jawaban	%
1	20	Ya	80%
	5	Pernah dengar	20%
	0	Belum pernah dengar	0%
Jumlah	25		100%
2	21	Ya	84%
	4	Pernah dengar	16%
	0	Belum pernah dengar	0%
Jumlah	25		100%
3	15	Ya	60%
	10	Pernah dengar	40%
	0	Belum pernah dengar	0%
Jumlah	25		100%
4	20	Ya	80%
	5	Pernah dengar	20%
	0	Belum pernah dengar	0%
Jumlah	25		100%

Dari jawaban *post-test*, dapat dilihat para siswa telah mendapatkan pengetahuan tentang materi *Business Model Canvas* sebagai salah satu metode dalam bisnis. Hal ini dilihat dalam *post-test* terdapat kenaikan rata-rata sebesar 80% dari setiap pertanyaan yang sebelumnya belum pernah dengar informasi tentang BMC menjadi paham atau pernah dengar tentang BMC.

Secara keseluruhan, kegiatan pelatihan ini berjalan dengan lancar, interaktif, dan inspiratif. Melalui pendekatan *Business Model Canvas*, siswa mendapatkan

pengalaman berharga dalam memahami bagaimana membangun sebuah bisnis secara terstruktur, kreatif, dan berdaya saing tinggi di era global saat ini (Produk & Product, n.d.).

Mengingat manfaat positif dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, maka kegiatan perlu dilakukan dengan sasaran para guru, dengan harapan para guru ini kemudian akan mengajarkan pengetahuan, keterampilan terhadap para murid; dengan demikian keberlanjutan kegiatan dapat lebih terjamin. (Siregar et al., 2024).

Diharapkan dengan semakin seringnya siswa mengadakan pelatihan kewirausahaan, siswa makin mahir sehingga sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yakni pelatihan kewirausahaan terbukti memiliki manfaat yang berdampak positif, seperti peningkatan keterampilan, pengetahuan, dan sikap yang diperlukan dalam dunia bisnis sehingga tercipta generasi yang tanggap, kreatif, dan siap menghadapi tantangan masa depan (Sahat et al., 2024).

Diharapkan juga, melalui pelatihan kewirausahaan siswa dapat mencoba praktek menggunakan BMC contohnya praktek sederhana menentukan target market (misalnya teman sekolah, tetangga rumah, orang luar). Siswa juga diharapkan mampu mendayagunakan media social sebagai media marketing yang efektif, sehingga kreativitas siswa menjadi lebih berkembang. Bila sudah mampu menentukan nilai produk, strategi penjualan, struktur biaya, maka teori kewirausahaan telah diimplementasi.



Gambar 8. Sesi Foto Bersama

KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan Kewirausahaan “Business Model Canvas” yang dilakukan oleh tim dosen Universitas Buddhi Dharma pada SMK Bangun Nusantara Tangerang diharapkan mampu meningkatkan pengetahuan dan wawasan siswa terhadap pentingnya kewirausahaan /enterprenueship terhadap kemajuan dan peningkatan ekonomi masyarakat. Pemateri dalam hal ini tim dosen berharap kegiatan pelatihan ini memberikan manfaat terutama hal praktis yaitu persiapan siswa untuk dunia kerja dan pelatihan pengembangan diri sebagai wirausaha. Kemudian juga bisa menumbuhkan jiwa wirausaha (ulet, daya juang tangguh, pantang menyerah ,tidak mudah putus

asa)sebagai syarat yang harus dimiliki oleh usahawan.Juga bisa meningkatkan ketrampilan praktis , karena dengan adanya pelatihan, siswa dilatih untuk merancang dan menjalankan ide bisnis terutama yang berhubungan dengan model Canvas.Selain manfaat-manfaat yang telah disebutkan di atas, kegiatan ini diharapkan juga mengembangkan kreativitas dan inovasi, dengan adanya pelatihan diharapkan siswa lebih berpikir secara kritis ,kreatif dan inovatif.(Irwanto et al., 2025) Selain itu akan mempersiapkan kemandirian ekonomi, siswa diharapkan bukan hanya sebagai pekerja, tapi juga sebagai pencipta lapangan kerja yang bertujuan meningkatkan ekonomi

masyarakat (Hisrich R.D Peters M.P & Shepherd D.A, 2019).

Walaupun kegiatan-kegiatan ini bersifat positif dan harus dikembangkan tetap saja ada hal hal yang harus diperhatikan antara lain: waktu pelaksanaan yang terbatas, disebabkan oleh jam belajar di sekolah yang terbatas. Sehingga waktu pelatihan juga menjadi terbatas waktunya dan kurang dilakukan secara kontinyu atau berkelanjutan. Hal ini bisa dikhawatirkan materi yang didapat kurang meresap dengan baik oleh para siswa. Minimnya pendampingan pelatihan, disebabkan kurangnya para praktisi kewirausahaan untuk mendampingi para siswa sehingga hasilnya kurang maksimal. Juga keterbatasan fasilitas dan modal usaha, disebabkan kurang adanya inisiatif untuk mendapatkan modal yang memadai untuk memulai praktek simulasi kewirausahaan. Hal ini bisa diatur dengan adanya dana kelompok oleh siswa atau bantuan dari pihak sekolah. Minimnya pengalaman praktis, materi hanya berpusat pada teori dan kurang adanya praktek sehingga siswa kurang memahami praktek. Hal ini bisa ditingkatkan dengan adanya praktisi yang telah lama berkecimpung di dunia usaha sehingga pengalaman bisa sebagai testimoni kepada siswa.

Hal lain yang paling penting adalah meningkatkan minat dan motivasi siswa. Karena tanpa adanya minat membuat pelatihan menjadi kurang termotivasi. Diharapkan dengan adanya pelatihan yang berkelanjutan, adanya praktek yang memadai, waktu pelatihan yang lebih konsisten dan panjang bisa membantu siswa untuk lebih memahami pentingnya skill kewirausahaan untuk bekal para siswa di masa yang akan datang.

REFERENSI

- Amelia, P., Aulia, S., Akbar, M., Sabrilillah, A., & Hibaratu, Z. L. (2023). *Pemberdayaan Remaja melalui Pelatihan Kewirausahaan*. 1–7.
- Asri, W. K., Fatimah, S., Azizah, L., Angraeny, F., Makassar, U. N., & Bahasa, F. (2024). *Pemberdayaan Ekonomi : Pelatihan Kewirausahaan dan Keterampilan untuk Masyarakat Pedesaan*. 02(02), 294–300.
- Bisnis, F., & Dharma, U. B. (2025). *UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA DOI: 10.31253/ad.v5i2.3829*. 5(2), 169–186.
<https://doi.org/10.31253/ad.v5i2.3829>
- Games, D., & Rahman, H. (2025). *Efektivitas Pelatihan Kewirausahaan Dalam Mengembangkan Kemampuan Manajerial Pelaku Usaha Mikro Dan Kecil (UMK) Perempuan di Sektor Kuliner Sumatera Barat Abstrak Pendahuluan Metode Analisis*. 8(4), 478–484.
- Gultom, D. K., Arif, M., & Fahmi, M. (2020). *Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan*. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 171–180.
<https://doi.org/10.30596/MANEGGI O.V3I2.5290>
- Hisrich R.D Peters M.P & Shepherd D.A. (2019). *Enterpreneurship*.
- Irwanto, I., Cahyana, U., Allanas, E., Purwanto, A., Terbuka, U., Jenderal, J., Yani, A., & Timur, J. (2025). *Pelatihan Kewirausahaan Teknologi Digital untuk Menumbuhkan Minat Berwirausaha Pekerja Migran Indonesia di Korea Selatan Universitas Negeri Jakarta , Jl Rawamangun Muka , Jakarta Timur 13220 , Indonesia kebaruan karena secara spesifik menyasar*. 22(2), 195–205.
- Jannati, A., & Prasetyani, T. R. (2023). *Pelatihan Kewirausahaan Bagi Wirausaha Pemula di Kota*

- Pekalongan*. 3, 63–68.
- Jurnal, S., & Sosial, I. (2024). *Transformasi UMKM Kajoetangan Heritage: Peran Pelatihan Kewirausahaan Kreativitas dan Motivasi dalam Meningkatkan Pengembangan Usaha*. 3(3), 364–376.
<https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v3i3.4149>
- Kurniawati, N. D., Makhfudli, M., Laili, N. R., Sukartini, T., Wahyuni, E. D., & Yasmara, D. (2020). *Jurnal pengabdian masyarakat dalam kesehatan*. 2(1), 1–8.
<https://doi.org/10.20473/jpmk.v2i1.18086>
- Produk, B., & Product, S. (n.d.). *Peningkatan keterampilan berwirausaha melalui pelatihan berjualan di lingkungan sekolah*. 24–33.
- Rifandi, S., Zaman, M., Triatmaja, B. M., Sabrina, F. A., Madura, U. T., Bangkalan, K., & Timur, J. (2026). *POTENSI PENGOLAHAN DAN PEMASARAN JAGUNG BERBASIS E-COMMERCE TIKTOK SHOP DALAM PENGUATAN EKONOMI KREATIF DESA PAKA ' AN LAOK*. 4(1).
- Rini Loliyani, R. L. (n.d.). *Pelatihan Kewirausahaan bagi Siswa SMK BK Bandar Lampung Sebagai Upaya menumbuhkan jiwa kewirausahaan*. *JPM*, 2808-3407 ; DOI: 10.59818/JPM.
- Sahat, A., Sigalingging, M., Leiwakabessy, D. R., & Hasim, D. (2024). *WORKSHOP DAN PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA*. 5(2), 1586–1596.
- Salakan, D. I. D. (n.d.). *Pelatihan kewirausahaan membuat produk olahan kekinian melalui pemberdayaan remaja putri di dusun salakan*.
- Sinatria, N., Fuadi, F., Hanifah, R., Lathief, M., Wigati, M., & Pringsewu, U. A. (2025). *PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN MENGGUNAKAN METODE DESIGN THINKING BAGI SISWA DI SMA IT INSAN MULIA*. 6(1), 153–164.
- Siregar, D. L., Rosiska, E., & Simanjuntak, J. (2024). *PESANTREN DI KOTA BATAM*. 1(2), 10–15.
- Sman, D. I., & Bengkul, K. (2024). *PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN DI ERA DIGITAL: INOVASI DAN PELUANG EKONOMI UNTUK GENERASI MUDA*. 33–40.
- Syahrudin, H., Saleh, D., Ahmad, R., Idrus, A., & Rajab, A. (2024). *Pelatihan Kewirausahaan di Kalangan Remaja di Desa Entrepreneurship Training among Adolescents in Villages*. 2(3).
- Syamsudin, L. (2007). *Manajemen Keuangan Perusahaan*.