



Edukasi Perencanaan Bisnis Menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) untuk Meningkatkan Literasi Kewirausahaan Siswa SMK Negeri 2 Denpasar

A.A. Gede Adi Mega Putra¹, Ni Wayan Nanik Suaryani Taro Putri², Steven Quo^{3✉}, Putu Risma Eka Putra⁴, Ni Komang Desiani⁵, Nadila Amalia⁶, Ni Kadek Popy Cintya Dewi⁷, Ni Luh Yesa Ameilia⁸

Teknik Informatika, Manajemen, Primakara University, Denpasar, Bali, Indonesia, 80226

E-mail: stevenquotan01@gmail.com ✉

Info Artikel:

Diterima: 18 April 2026

Diperbaiki: 2 Mei 2026

Disetujui: 13 Mei 2026

Keywords: *Business Model Canvas, Business Planning Entrepreneurship Education, Vocational High School Students, Entrepreneurial Literacy*

Abstract: *The Covid-19 pandemic has spurred growing interest among the younger generation in entrepreneurship as a career choice. However, this high level of interest has not been fully matched by an adequate understanding of the steps involved in starting a business. This issue was also identified at SMK Negeri 2 Denpasar through the design thinking method, which is based on a human-centered approach—that is, focusing on the problems faced and providing solutions tailored to the students' needs. This solution was implemented through a community service activity involving 39 students, aimed at improving their understanding of business design through the Business Model Canvas (BMC) approach. The results of the activity showed that before the education was provided, most students had a low level of understanding regarding the BMC. Following the activity, there was a significant increase in students' understanding, as demonstrated by the post-test results. Additionally, the students were able to develop and present business models more systematically and demonstrated increased confidence in starting a business. Thus, it can be concluded that Business Model Canvas (BMC) education is effective in improving students' entrepreneurial literacy and helping them design business ideas in a structured manner. This activity is expected to serve as a first step in preparing a young generation ready for entrepreneurship and capable of facing the challenges of the industrial world.*

Kata Kunci: Business Model Canvas, Perencanaan Bisnis, Edukasi Kewirausahaan, Siswa SMK, Literasi Kewirausahaan

Abstrak: *Pandemi Covid-19 telah mendorong meningkatnya minat generasi muda terhadap kewirausahaan sebagai pilihan karier. Namun, tingginya minat tersebut belum sepenuhnya diimbangi dengan pemahaman yang memadai mengenai langkah-langkah dalam memulai usaha. Permasalahan ini juga ditemukan di SMK Negeri 2 Denpasar melalui metode design thinking yang berlandaskan pendekatan human-centered, yaitu berfokus pada permasalahan yang dialami serta menghadirkan*



solusi sesuai dengan kebutuhan siswa. Solusi tersebut diimplementasikan melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang melibatkan 39 siswa, bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dalam merancang bisnis melalui pendekatan Business Model Canvas (BMC). Hasil kegiatan menunjukkan bahwa sebelum edukasi diberikan, sebagian besar siswa memiliki tingkat pemahaman yang rendah terkait BMC. Setelah pelaksanaan kegiatan, terjadi peningkatan pemahaman siswa secara signifikan yang ditunjukkan melalui hasil post-test. Selain itu, siswa juga mampu menyusun dan mempresentasikan model bisnis secara lebih sistematis, serta menunjukkan peningkatan kepercayaan diri dalam memulai usaha. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa edukasi Business Model Canvas (BMC) efektif dalam meningkatkan literasi kewirausahaan siswa serta membantu mereka dalam merancang ide bisnis secara terstruktur. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi langkah awal dalam mempersiapkan generasi muda yang siap berwirausaha dan mampu menghadapi tantangan dunia industri.

Pendahuluan

Pandemi Covid-19 telah mempengaruhi cara pandang generasi muda terhadap pekerjaan dan pilihan karier, khususnya dalam berwirausaha. Kecenderungan untuk memilih jalur wirausaha didorong oleh faktor internal, seperti motivasi, kepercayaan diri, dan kreativitas, serta faktor eksternal, seperti dukungan keluarga, teman sebaya, dan lingkungan sekitarnya. Sejalan dengan itu, survei terhadap 1.000 responden Generasi Z berusia 18–25 tahun menunjukkan bahwa 84% dari mereka memandang kewirausahaan sebagai jalur karier yang menarik (Murwani, 2023). Hal ini juga didukung dengan perbandingan minat mahasiswa dalam berwirausaha dan bekerja, bahwa sebesar 65,38% mahasiswa lebih memilih berwirausaha dengan tujuan memberikan lapangan pekerjaan dibandingkan dengan bekerja (Nanda & Saifuddin, 2021). Selain itu, kedekatan Generasi Z dengan teknologi digital, kemudahan akses terhadap informasi, serta semakin terbukanya peluang usaha di era globalisasi turut memperkuat minat mereka untuk berwirausaha, terutama pada sektor digital (Aditya et al., 2025).

Meskipun minat berwirausaha di kalangan generasi muda tergolong tinggi, kondisi tersebut belum sepenuhnya disertai dengan pemahaman yang memadai



mengenai langkah-langkah memulai usaha secara tepat. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa calon wirausahawan muda masih menghadapi berbagai kendala pada fase awal, antara lain keterbatasan pengetahuan dan pengalaman bisnis, hambatan permodalan, sempitnya jaringan, serta belum memadainya kemampuan manajerial dan perumusan strategi usaha yang sesuai dengan kebutuhan pasar (Fubah et al., 2025). Di samping itu, aspek psikologis berupa rasa takut terhadap kegagalan juga sering kali menjadi penghalang bagi individu untuk mengambil langkah dalam memulai usaha (Al Halbusi et al., 2024). Pada tahap perintisan, kegagalan usaha juga dapat disebabkan oleh konflik dalam tim, lemahnya dukungan ekosistem, perubahan pasar yang cepat, serta ketidakmampuan dalam menemukan kesesuaian antara produk yang ditawarkan dan kebutuhan pasar (Bethlendi et al., 2025). Oleh sebab itu, tingginya minat berwirausaha perlu diimbangi dengan kesiapan, pembekalan, dan pendampingan yang terarah agar usaha yang dirintis tidak hanya berhenti pada tataran niat, tetapi juga mampu bertahan dan berkembang pada fase awal (Nate et al., 2022).

Berdasarkan penelitian sebelumnya, kemampuan untuk berbisnis harus diajarkan sejak dini khususnya pada tingkat SMA/K sebagai acuan utama dalam mengembangkan minat dan bakatnya agar dapat bersaing di dunia industri (Putra et al., 2024). Oleh karena itu, analisis wawancara dilakukan di SMK Negeri 2 Denpasar sebagai pendidikan jenjang menengah atas yang berfokus pada adaptabilitas dalam kesiapan kerja dan berlokasi di Jl. Pendidikan No.28, Sidakarya, Denpasar Selatan, Kota Denpasar, Bali. Berdasarkan hasil wawancara terhadap 10 siswa, sebanyak 8 siswa menyatakan memiliki ketertarikan untuk berwirausaha setelah lulus dari SMK. Namun demikian, minat tersebut belum sepenuhnya diiringi oleh kesiapan yang matang. Beberapa siswa mengaku masih merasa takut gagal, belum mengetahui langkah awal yang harus dilakukan, serta menyadari perlunya pengalaman dan fondasi pengetahuan yang memadai dalam mengelola usaha. Kondisi ini menunjukkan bahwa minat berwirausaha pada siswa perlu didukung melalui pembekalan yang terarah agar tidak berhenti pada tahap keinginan semata.

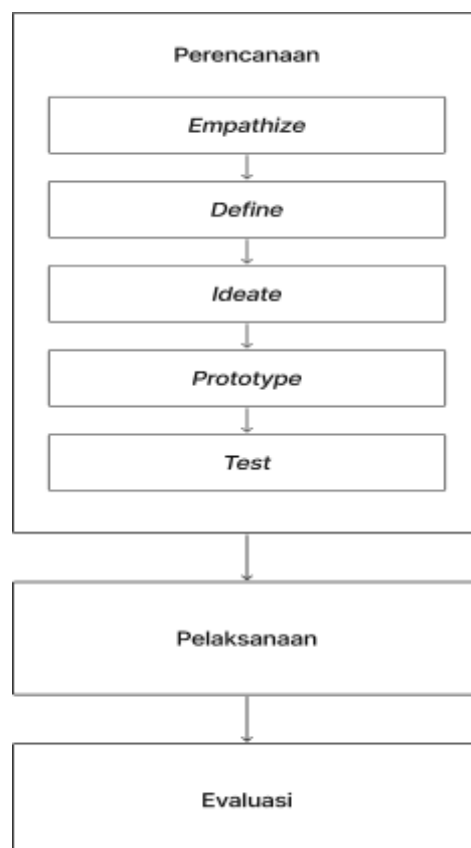
Salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk mendukung kesiapan tersebut adalah *Business Model Canvas* (BMC), yaitu alat strategi bisnis yang mampu menggambarkan komponen-komponen penting usaha secara visual, rinci, dan saling terintegrasi. Melalui BMC, calon pelaku usaha dapat lebih mudah memahami



model bisnis, mengevaluasi kemungkinan kesalahan konsep, serta menyusun perbaikan strategi dalam menjalankan usaha. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penerapan BMC pada usaha mikro bisnis *online* wirausaha Generasi Z memperoleh tingkat keberhasilan sebesar 83% dengan kategori baik (Hutamy et al., 2021). Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini dilakukan melalui pemberian materi tentang BMC sebagai acuan dasar bagi siswa SMK Negeri 2 Denpasar agar mampu merancang dan mewujudkan ide bisnisnya sejak dini, sehingga setelah lulus mereka memiliki dasar yang lebih kuat untuk membangun UMKM yang kokoh dan berkelanjutan.

Metode

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di SMK Negeri 2 Denpasar pada 12 Desember 2025. Kegiatan dilakukan dengan rangkaian tahapan yang terdiri atas perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Diagram alir kegiatan pengabdian kepada masyarakat diuraikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Diagram Alir Kegiatan



Tahap perencanaan menggunakan penerapan metode *design thinking* yang meliputi lima proses utama. Langkah awal dilakukan proses *empathize* melalui wawancara para siswa. Selanjutnya, proses *define* memetakan hasil wawancara hingga ditemukan masalah utama, yaitu adanya kesenjangan antara minat bisnis siswa dengan kesiapan mereka dalam memulai usaha. Setelah masalah utama ditemukan, proses *ideate* dilaksanakan dengan merumuskan solusi yang tepat, berdasarkan dari permasalahan tersebut ditetapkan pengenalan materi *Business Model Canvas* (BMC) untuk memudahkan siswa dalam memetakan ide bisnis mereka. Solusi tersebut kemudian dituangkan dalam tahap *prototype* berupa perancangan urutan agenda kegiatan dan pemetaan tugas anggota tim secara visual untuk memastikan efektivitas penyampaian materi. Rangkaian perencanaan ini ditutup dengan tahap *test*, yaitu melakukan kunjungan kembali ke sekolah untuk memvalidasi kesesuaian rancangan agenda sebelum kegiatan dilaksanakan.

Kegiatan pelaksanaan dimulai setelah mendapatkan persetujuan dari pihak sekolah. Tahapan ini diawali dengan absensi yang disertai dengan *pre-test* untuk mengumpulkan data awal mengenai kemampuan siswa. Selanjutnya, sesi pemaparan materi didampingi oleh narasumber dan dimulai dengan memberikan gambaran umum mengenai cara memulai bisnis. Lalu, diikuti dengan penjelasan mendalam tentang penggunaan BMC. Setelah pemaparan materi, siswa dibagi ke dalam beberapa kelompok untuk mempraktikkan penyusunan rencana usaha menggunakan lembar kerja BMC mencakup sembilan elemen bisnis yang dibantu oleh para fasilitator. Sebagai bentuk apresiasi dan uji pemahaman, tiga kelompok pertama yang berhasil menyelesaikan tugas diberikan kesempatan untuk mempresentasikan hasil rancangannya di depan kelas dan diberikan hadiah. Kegiatan ini diakhiri dengan pengisian *post-test* yang bertujuan untuk mengukur peningkatan pemahaman siswa setelah mengikuti rangkaian sosialisasi.

Tahap evaluasi dilakukan secara internal oleh tim untuk mengukur keberhasilan dan dampak kegiatan. Evaluasi ini mencakup sesi wawancara dengan perwakilan siswa guna mendapatkan umpan balik mengenai pelaksanaan dan manfaat yang dirasakan secara langsung. Selain itu, tim melakukan analisis perbandingan antara hasil *pre-test* dan *post-test* untuk melihat perkembangan siswa dalam menjawab dan menjabarkan sembilan poin elemen BMC secara tepat. Kemampuan siswa dalam praktik juga ditinjau dari penyusunan rencana bisnis



yang telah disusun oleh setiap kelompok pada lembar kerja BMC. Hasil dari proses evaluasi ini digunakan sebagai indikator efektivitas kegiatan sekaligus bahan perbaikan untuk program pengabdian di masa mendatang.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan tahap perencanaan melalui proses *empathize* dan *define*, ditemukan permasalahan dari hasil wawancara para siswa kelas X bahwa siswa SMK Negeri 2 Denpasar memiliki minat berwirausaha yang tinggi. Temuan ini dibuktikan dari banyaknya jawaban siswa terkait rencana setelah lulus ingin menjadi pebisnis, tetapi terhambat oleh kurangnya kesiapan ilmu dan keberanian untuk memulai. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara motivasi bisnis dengan pemahaman strategis dalam merancang usaha. Oleh karena itu, pada tahap *ideate*, tim menetapkan penggunaan *Business Model Canvas* (BMC) sebagai solusi untuk memetakan ide bisnis yang kompleks menjadi lebih mudah dipahami dan diimplementasikan secara nyata oleh siswa.

Implementasi kegiatan sosialisasi ini dihadiri oleh 39 siswa yang terdiri dari jurusan Bisnis Digital 1 dan 2. Sosialisasi ini juga dipandu oleh kaprodi Bisnis Digital SMK Negeri 2 Denpasar untuk mendukung kelancaran berlangsungnya acara. Kegiatan diawali dengan pengerjaan *pre-test* berisi 5 soal pilihan ganda terkait bisnis dan BMC untuk mengukur pengetahuan siswa sebelum mendapatkan materi. Kemudian materi disampaikan oleh narasumber untuk mendukung pemahaman siswa mengenai bisnis secara fundamental, sebelum menjelaskan dengan spesifik terhadap langkah-langkah dalam pembuatan BMC. Sesi pertama berisi penjelasan secara umum aspek-aspek yang harus diingat ketika memulai bisnis seperti melihat potensi merancang dengan melihat perilaku konsumen. Sesi kedua berisi fungsi dan cara penyusunan BMC untuk membangun sebuah bisnis. Setelah pemaparan materi, kegiatan dilanjutkan dengan praktik pembuatan perencanaan bisnis dengan BMC secara berkelompok. Kelompok terbagi menjadi 7 dengan masing-masing terdiri dari 5-6 orang. Ide bisnis dibebaskan sesuai dengan kreativitas masing-masing kelompok. Pengisian BMC dipandu bersama seluruh rekan tim sebagai fasilitator dari masing-masing kelompok. Kelompok diarahkan untuk menyusun BMC dengan kesesuaian sembilan elemen yang ada. Sembilan elemen tersebut disusun seperti *customer segments* untuk menetapkan target pelanggan yang spesifik, *value*



propositions yang merumuskan keunggulan produk sebagai solusi bagi pelanggan. Selanjutnya, elemen *channels* digunakan untuk menentukan sarana komunikasi dan distribusi produk, sementara *customer relationships* mengatur cara menjalin ikatan dengan pelanggan agar tercipta loyalitas. Dari sisi finansial, elemen *revenue streams* menjabarkan sumber pendapatan yang akan diterima, sedangkan *cost structure* merinci pengeluaran yang diperlukan untuk menjalankan operasional bisnis. Selain itu, terdapat elemen *key activities* yang mencakup kegiatan utama dalam menciptakan produk, *key resources* sebagai aset penting yang dibutuhkan perusahaan, serta *key partnerships* yang memetakan pihak eksternal atau mitra kerja sama untuk mendukung jalannya usaha.



Gambar 2. Diskusi Kelompok



Gambar 3. Presentasi Kelompok BMC

Setelah kegiatan pembuatan BMC selesai, tiga kelompok tercepat yang berani mempresentasikan hasilnya di depan dan menjabarkan masing-masing elemen BMC dan keterkaitannya. Setelah itu, kegiatan ditutup dengan *post-test* dan pemberian hadiah apresiasi kepada siswa yang aktif dan melakukan presentasi. Setelah kegiatan sosialisasi berakhir, dilakukan wawancara penilaian kegiatan kepada salah satu siswa yang telah hadir dan menyimak.

Tabel 1. Perbandingan Nilai Para Siswa

Indikator	Nilai Terendah	Nilai Tertinggi	Nilai Rata-Rata
<i>Pre-test</i>	50	80	66,41
<i>Post-test</i>	80	100	95,77



Gambar 4. Wawancara Penilaian Kegiatan

Hasil evaluasi kegiatan tersebut menunjukkan hasil yang positif terhadap peningkatan pemahaman dan kemampuan kewirausahaan siswa. Ditunjukkan pada setiap kelompok mampu menyusun sembilan elemen BMC secara sinkron, yang mengindikasikan bahwa siswa telah memahami logika dasar operasional bisnis. Keberhasilan ini juga diperkuat oleh perbandingan nilai *pre-test* dan *post-test* yang menunjukkan kenaikan pemahaman siswa secara signifikan khususnya dalam menjelaskan serta menentukan masing-masing elemen BMC. Selain itu, berdasarkan hasil wawancara, siswa menyatakan bahwa penyusunan rencana bisnis menggunakan BMC memberikan gambaran yang lebih nyata dan menurunkan keraguan mereka untuk memulai usaha. Hal ini membuktikan bahwa integrasi *design thinking* dalam merancang kegiatan pengabdian telah menghasilkan dampak yang efektif dan tepat sasaran bagi siswa sekolah menengah.

Meskipun kegiatan ini memberikan dampak yang efektif, terdapat keterbatasan pada aspek waktu pelaksanaan yang cukup singkat. Kondisi ini menyebabkan pendampingan tidak dapat menjangkau tahap implementasi rancangan secara mendalam, sehingga keterlibatan siswa dalam membangun fondasi bisnis yang lebih kokoh belum sepenuhnya maksimal. Keterbatasan ini menjadi indikasi bahwa pengabdian masyarakat selanjutnya perlu mempertimbangkan durasi yang lebih panjang atau skema pendampingan memulai usaha secara berkelanjutan dari pihak sekolah untuk memastikan rancangan bisnis siswa dapat direalisasikan secara nyata.



Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat melalui edukasi mengenai pengenalan serta penyusunan perencanaan bisnis menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) di SMK Negeri 2 Denpasar berjalan sesuai rencana yang telah disusun. Pelaksanaan kegiatan ini mencapai target dan sesuai dengan hasil yang diharapkan, yaitu adanya peningkatan pengetahuan siswa terhadap bisnis melalui edukasi BMC yang dilakukan. Meskipun waktu yang diberikan terbatas, kegiatan ini dapat meningkatkan kemampuan siswa dalam merancang bisnis yang sistematis, inovatif, dan sesuai dengan kebutuhan industri atau pasar. Selain itu, kegiatan ini juga membekali siswa untuk tidak takut dalam memulai bisnis dan mampu menghadapi tantangan di dunia industri. Dengan demikian, disarankan adanya program pendampingan lanjutan (*mentoring*) secara berkala bagi siswa yang telah memiliki ide bisnis potensial, sehingga pemahaman teoritis mengenai elemen-elemen BMC dapat diimplementasikan ke dalam unit usaha nyata.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi terhadap pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini. Ucapan terima kasih disampaikan kepada SMK Negeri 2 Denpasar atas dukungan dan izin yang telah diberikan, serta kepada siswa yang telah berpartisipasi secara aktif dan antusias sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan lancar. Semoga kerja sama antara Primakara dan SMK Negeri 2 Denpasar dapat berjalan dengan baik di masa mendatang.

Referensi

- Aditya, A., Pandia, R. M., Tampubolon, T. T., Lestari, A., & Umar, A. T. (2025). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Gen Z terhadap Bisnis Digital di Era Perubahan Globalisasi di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. *Jurnal rumpun manajemen dan ekonomi*, 2(3), 575–582. <https://doi.org/10.61722/JRME.V2I3.4874>
- Al Halbusi, H., AbdelFattah, F., Ferasso, M., Alshallaqi, M., & Hassani, A. (2024). Fear of failure for entrepreneurs in emerging economies: stress, risk, finances,



- hard work, and social support. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 31(1), 95–125. <https://doi.org/10.1108/JSBED-01-2023-0035>
- Bethlendi, A., Hegedűs, S., & Szócs, Á. (2025). What could we learn from startup failures? *Journal of Innovation and Entrepreneurship 2025* 14:1, 14(1), 35-. <https://doi.org/10.1186/S13731-025-00493-W>
- Fubah, C. N., Kansheba, J. M., Marobhe, M. I., & Mohammadparast Tabas, A. (2025). Youth entrepreneurship: a systematic literature review of the domain and future research agenda. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 32(2), 496–516. <https://doi.org/10.1108/JSBED-07-2024-0346>
- Hutamy, E. T., Marham, A., Quin, A. N., Alisyahbana, A., Arisah, N., Hasan, M., Ekonomi, P., Ekonomi, F., Bisnis, D., Makassar, U. N., & Artikel, R. (2021). Analisis Penerapan Bisnis Model Canvas pada Usaha Mikro Wirausaha Generasi Z (Analysis of the Canvas Model's Application to Micro-Entrepreneurs of Generation Z). *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran Digital (JBPD)*, 1(1), 1–11.
- Murwani, S. (2023, November). *Gen Z: Generasi Paling "Berwirausaha" Demi Work Life Balance*. <https://tirto.id/gen-z-pilih-jalur-wirausaha-demi-work-life-balance-gRDv>
- Nanda, A. Y., & Saifuddin, M. (2021). Analisis Perbandingan Minat Berwirausaha dan Bekerja sebagai Karyawan di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Mahasiswa ProdiManajemen UIN Sunan Ampel Surabaya). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis (EK&BI)*, 4(1), 418–425. <https://doi.org/10.37600/EKBI.V4I1.250>
- Nate, S., Grecu, V., Stavvytskyy, A., & Kharlamova, G. (2022). Fostering Entrepreneurial Ecosystems through the Stimulation and Mentorship of New Entrepreneurs. *Sustainability* 2022, Vol. 14, Page 7985, 14(13), 7985. <https://doi.org/10.3390/SU14137985>
- Putra, A. A. G. A. M., Paramitha, A. A. I. I., Putri, I. Gst. A. P. D., & Dwayani, N. K. S. M. (2024). Edukasi Entrepreneur Fundamental Bagi Siswa SMA N 1 Petang. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 4(2), 933–942. <https://doi.org/10.33379/ICOM.V4I2.4456>