

PENINGKATAN LITERASI KEWIRAUSAHAAN MELALUI *BUSINESS MODEL CANVAS* PADA SISWA SMPK SANG TIMUR, JAKARTA

Rakhdiny Sustaningrum^{1*},
Dwinita Laksmidewi², Devi
Angrahini Anni Lembana³,
Mikaela Haldaka⁴, Frans Luther
Benedick Panjaitan⁵

^{1,2,3,4,5}Manajemen, Universitas
Katolik Indonesia Atma Jaya,
Jakarta, Indonesia

Artikel

Diterima : 11 Agustus 2025

Disetujui : 27 Agustus 2025

Terbit : 30 Agustus 2025

Email : rakhdiny.s@atmajaya.ac.id

Abstrak

Pembelajaran kewirausahaan pada tingkat SMPK memerlukan pendekatan yang praktis dan partisipatif agar siswa dapat lebih mudah memahami konsep serta mengembangkan keterampilan mereka. Program pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan literasi kewirausahaan dan kemampuan berbicara di depan umum melalui pengenalan *Business Model Canvas* (BMC). Kegiatan dilaksanakan siswa kelas 9 SMPK Sang Timur, Jakarta, dengan Metode yang digunakan adalah pemaparan materi, diskusi kelompok, pengisian kanvas kerja, dan presentasi hasil. Evaluasi dilakukan dengan pre-test dan post-test. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan skor rata-rata pemahaman disertai peningkatan kepercayaan diri, kreativitas, dan kerjasama tim. Implikasi dari kegiatan ini adalah BMC dapat menjadi media efektif dalam pembelajaran kewirausahaan di tingkat sekolah menengah, yang dapat direplikasi di sekolah lain untuk menumbuhkan minat berwirausaha sejak dini.

Kata Kunci: literasi kewirausahaan, *Business Model Canvas*, siswa SMP, *public speaking*

Abstract

Entrepreneurship education at the junior high school level plays a crucial role in equipping students with essential knowledge and skills, and therefore needs to be delivered through practical and participatory methods. This community service program aims to enhance entrepreneurial literacy and public speaking skills through the introduction of the Business Model Canvas (BMC). The activity was conducted on ninth-grade students, SMPK Sang Timur, Jakarta. The method was applied through stages of material delivery, group discussions, canvas completion, and presentation of results. Evaluation was carried out using pre-tests and post-tests. The results showed an increase in the average understanding score and accompanied by improved confidence, creativity, and teamwork. The implication of this activity is that BMC can be an effective medium for entrepreneurship learning at the secondary school level and can be replicated in other schools to foster entrepreneurial interest from an early age.

Keywords: entrepreneurial education, *Business Model Canvas*, junior high school students, *public speaking*

PENDAHULUAN

Pendidikan kewirausahaan adalah katalis dalam pertumbuhan ekonomi karena melalui kegiatan kewirausahaan dapat berkontribusi pada pendapatan negara. Melalui pendidikan kewirausahaan, mahasiswa didorong untuk mengeksplorasi peluang bisnis (Naidoo, 2024). Upaya ini dilakukan dengan menciptakan ekosistem kewirausahaan yang kuat sehingga mendorong penciptaan lapangan kerja dan inovasi yang penting untuk pembangunan ekonomi (Vivekananth et al., 2023). Selain itu, pendidikan kewirausahaan dapat yang disesuaikan dengan usia, yang dimana siswa yang lebih muda umumnya mendapat manfaat lebih dari program-program ini dibandingkan dengan siswa yang lebih tua. Dengan desain program yang tepat, pendidikan ini dapat meningkatkan efek positif pada siswa (Brüne & Lutz, 2020). Selain itu, literasi kewirausahaan yang baik berperan penting dalam membentuk sikap dan minat berwirausaha sejak dini (Firman et al., 2023; Putri et al., 2021). Oleh karena itu, penting untuk memberikan pendidikan kewirausahaan sejak dini. Oleh karena itu, penting untuk memberikan pendidikan kewirausahaan sejak dini.

Kewirausahaan sejak usia sekolah memiliki peran penting dalam membentuk keterampilan, pola pikir kreatif, dan kemampuan mengambil keputusan di masa depan (Zuhri & Hashim, 2017). Pendidikan kewirausahaan yang efektif di tingkat sekolah menengah (Yusup et al., 2024; Zahran et al., 2024) terbukti meningkatkan kompetensi siswa dalam mengenali dan mengembangkan peluang bisnis (Delpozzo & Szpunar, 2022), dapat menanamkan sikap kewirausahaan seperti kreativitas, kemandirian, dan kepemimpinan, dapat mendorong penciptaan nilai, dan mempersiapkan siswa untuk berkontribusi pada penciptaan lapangan kerja di masa depan (Putri & Nawawi, 2023). Namun pada kenyataannya, sistem pendidikan di Indonesia masih menitikberatkan aspek akademik dibandingkan pengembangan keterampilan praktis kewirausahaan, sehingga siswa jarang mendapatkan pengalaman langsung merancang dan mempresentasikan ide bisnis (Neycheva et al., 2024).

Berdasarkan hasil wawancara dengan guru bimbingan konseling di SMPK Sang Timur bahwa permasalahan yang muncul mengenai kewirausahaan adalah adanya kebutuhan untuk meningkatkan pemahaman siswa tentang kewirausahaan, khususnya dalam aspek praktik. Selain menjelaskan situasi umum mengenai kebutuhan literasi kewirausahaan di SMP Katolik Sang Timur Jakarta, kondisi ini mencerminkan tantangan yang lebih luas di tingkat sekolah menengah di Indonesia, di mana kurikulum kewirausahaan masih memiliki peluang besar untuk memperkuat porsi praktik. Permasalahan utama mitra adalah bagaimana mendorong siswa agar dapat mengenal konsep wirausaha secara lebih sistematis, meskipun sebagian siswa berasal dari keluarga pengusaha, sehingga mereka memiliki potensi besar untuk terus dikembangkan. Potensi mitra terletak pada antusiasme siswa terhadap kegiatan berbasis proyek dan dukungan penuh dari pihak sekolah. Solusi yang diusulkan adalah pelatihan berbasis BMC yang interaktif, menggabungkan teori dan praktik untuk memudahkan siswa memahami komponen usaha. Oleh karena itu, pengenalan konsep berwirausaha ini dinilai perlu menjadi salah satu

cara dari pihak sekolah untuk mendorong pengenalan komponen dalam berwirausaha. Pelatihan ini akan memilih pengenalan *Business Model Canvas* (BMC) yang disajikan agar mudah dipahami.

Adapun salah satu alat yang efektif digunakan untuk pengenalan konsep bisnis adalah BMC, yang memetakan elemen utama bisnis secara sederhana dan visual (Rizan et al., 2024). BMC ini merupakan sangat berguna untuk menyelaraskan kegiatan bisnis dan menggambarkan potensi pertukaran, sehingga memudahkan pemangku kepentingan untuk memahami dan mengkomunikasikan strategi bisnis secara efektif. BMC banyak digunakan di berbagai industri, termasuk teknik, mode, dan layanan digital, untuk meningkatkan perencanaan dan pelaksanaan strategis (Horster, 2023)

Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini dirancang untuk meningkatkan literasi kewirausahaan siswa melalui pengenalan BMC, sekaligus melatih keterampilan *public speaking* agar siswa mampu mempresentasikan ide bisnis dengan percaya diri.

METODE

Program pengabdian ini dilaksanakan pada bulan Juni 2025 di SMPK Sang Timur, yang beralamat di Jl. Karmel Raya No. 2, Jakarta Barat, dengan mitra utama pihak sekolah. Kegiatan melibatkan 100 siswa kelas 9 sebagai peserta dan dilaksanakan melalui tiga tahap utama: persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi (Gambar 1). Pada tahap persiapan, tim melakukan observasi lapangan dan mengidentifikasi kebutuhan literasi kewirausahaan siswa. Tahap pelaksanaan meliputi pengenalan pentingnya berwirausaha, pelatihan penyusunan BMC secara berkelompok, serta presentasi hasil kerja untuk melatih keterampilan komunikasi dan argumentasi siswa. Tahap evaluasi dilakukan bersama pihak sekolah untuk menilai keberhasilan kegiatan serta dampaknya terhadap peningkatan pemahaman dan keterampilan.

Metode pengukuran dampak dilakukan melalui pretest dan posttest yang diberikan sebelum dan sesudah kegiatan berlangsung. Instrumen yang digunakan berupa Google Form berisi 10 pertanyaan terkait materi pelatihan, khususnya pemahaman elemen-elemen BMC. Data hasil pengukuran kemudian dianalisis menggunakan SPSS versi 26 untuk membandingkan nilai awal dan nilai akhir peserta. Peningkatan nilai menjadi indikator adanya peningkatan pemahaman siswa, yang sekaligus menunjukkan keberhasilan pelaksanaan program.

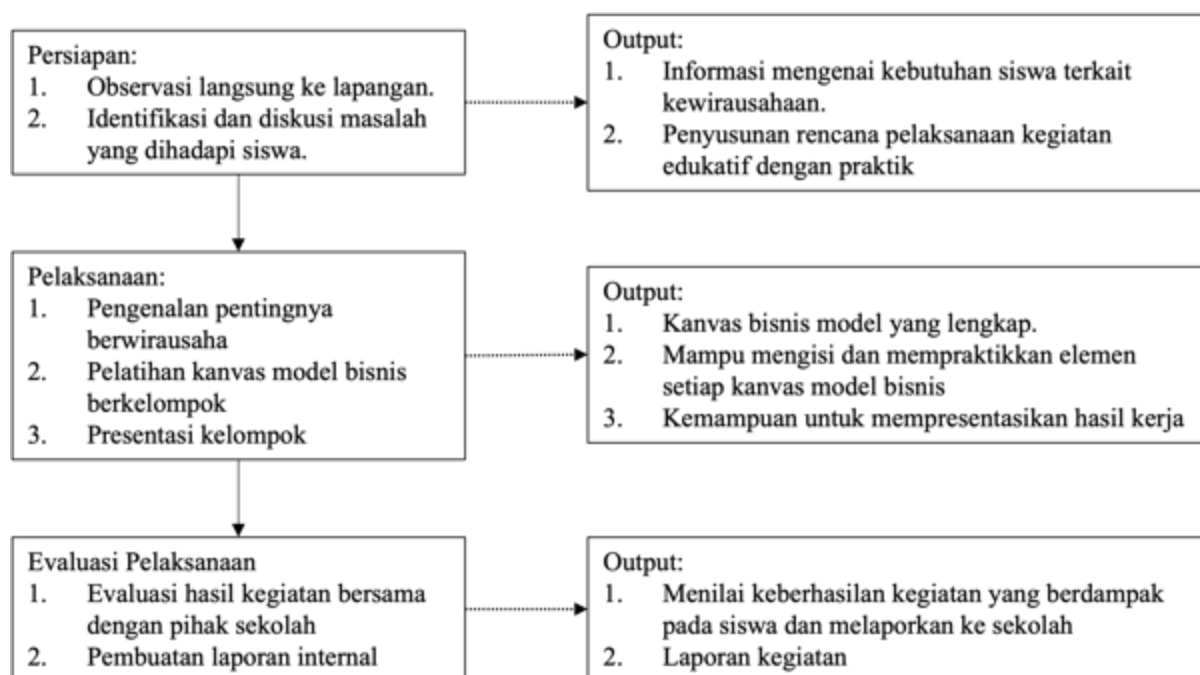
HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan dimulai dengan sambutan dari Kepala Sekolah sebagai pembukaan acara dan diikuti dengan doa dan *ice breaking* sebagai pengenalan tim pemateri dan pembentukan grup diskusi kelompok siswa. Kegiatan *ice breaking* ini dilakukan selama 15 menit untuk membiarkan siswa secara aktif bergerak dan secara acak untuk menentukan kelompok mereka. Penentuan kelompok secara acak bertujuan untuk membiarkan siswa untuk dapat mampu berkomunikasi secara aktif dengan siswa lain.

Pada paparan pertama mengenai arti kewirausahaan dan elemen bisnis kanvas memberikan penjelasan mengenai pentingnya berwirausaha dan apa yang perlu dipersiapkan untuk produk suatu

bisnis yang bernilai jual. Sebelum memasuki sesi BMC, siswa diajak berkomunikasi untuk mengenai konsep dalam kewirausahaan. Konsep kewirausahaan, terpaut pada arti dan istilah *entrepreneurial orientation*, meliputi berani mengambil resiko, inovatif, dan terbuka pada peluang. Siswa diajak untuk memberikan contoh dan mengutarakan pendapat pada materi yang diberikan. Siswa dikenalkan adanya konsep berinovasi baik dari tidak hanya dari cara memasarkan namun juga dengan produk yang ditawarkan dengan mengambil contoh pada beberapa perusahaan seperti cara gerai kopi keliling dengan harga murah untuk menjangkau konsumen lebih dekat dan secara langsung. Selain itu, prinsip mengambil resiko dengan mengenalkan bahwa seorang bisnis berani menerima kegagalan dan siap untuk bangkit atau berani membaca peluang pasar, seperti dengan ada tren makanan dipromosikan lewat social media terkoneksi dengan *platform ecommerce*.

Selain itu, pada sesi ini pula pemateri mengajak siswa menganalisa suatu bisnis dimiliki oleh salah satu peserta dan membantu menjabarkan apa saja komponen keunggulan usaha tersebut dan bagaimana pemasarannya. Pemateri kemudian mengajak siswa lain untuk dapat menanggapi bagaimana komponen terdapat dalam suatu usaha dan bagaimana kemungkinan inovasi dapat diterapkan dalam suatu usaha. Hasilnya, siswa aktif mengungkapkan keunggulan suatu produk begitu pula secara kreatif untuk memberikan ide inovasi yang dapat dikembangkan dari beberapa usaha.



Gambar 1. Alur kegiatan pengabdian SMP Sang Timur

Pada sesi selanjutnya, pemateri mulai memberikan penjelasan mengenai komponen BMC yang dimulai dengan segmentasi pelanggan, keunggulan (*value proposition*), jalur pemasaran, dan cara mendapatkan pelanggan. Sesi ini siswa diajak untuk mulai mencari ide produk yang akan mereka diterapkan dalam kanvas kerja secara berkelompok. Siswa diberikan penjelasan mulai memahami apa saja yang menjadi keunggulan bersaing produk, untuk siapa produk itu dijual, dan bagaimana produk itu dipasarkan. Sebagai contoh, salah satu peserta membuat ide bagaimana membuat ide produk kaos

secara *custom* dengan rancangan yang dapat dipesan melalui gambar sendiri atau dipesan melalui situs internet. Siswa memaparkan bahwa saat ini produk kaos dengan kreasi pelanggan sendiri kan lebih diminati oleh generasi Z dengan cara memasarkan melalui media social tik tok yang terhubung dengan media jual beli Shopee. Penawaran dapat dilakukan dengan menggunakan diskon dengan menggunakan referensi dari aktris social media.



Gambar 2. Pelaksanaan Sesi Paparan Materi

Sesi berikutnya, tim pemateri memberikan gambaran bagaimana infrastruktur dalam suatu bisnis menjadi penopang dalam suatu usaha, yaitu sumber daya yang harus dimiliki oleh suatu usaha, dengan siapa mereka harus bekerja sama untuk memperlancar usaha, dan bagaimana menjelaskan kegiatan usaha melalui proses bisnis. Salah satu contoh paparan sesi ini yang diambil dari contoh kasus Kopi Kenangan, misalnya dengan menjabarkan kebutuhan sumber daya seperti karyawan, perlengkapan dan peralatan, gedung kantor dan dapur. Selain itu, dicontohkan pula kerja sama dengan beberapa pemasok kopi dan menggambarkan alur proses produksi kopi hingga mengantarkan ke konsumen. Sebagai contoh, hasil dari sesi ini siswa mampu menjelaskan salah satu ide usaha berupa bengkel yang dapat dipesan melalui aplikasi dengan menjabarkan adanya data center sebagai salah satu sumber daya yang harus dimiliki dan mempekerjakan dengan para pengembang aplikasi. Bisnis siswa ini juga menjelaskan adanya alur kerja aplikasi dari konsultasi pelanggan melalui aplikasi hingga pemesanan booking bengkel.



Gambar 2. Foto sesi bersama

Tidak hanya itu, sesi BMC juga menjelaskan unsur biaya yang diperlukan untuk menjalankan suatu usaha dan bagaimana menghasilkan pendapatan dari kegiatan usaha. Pemateri menggunakan contoh gerai kopi yang mengeluarkan biaya pemasaran, gaji, sewa toko, pembelian perlengkapan dan peralatan untuk menjalankan usaha. Sementara itu, gerai kopi memperoleh pendapatan dari hasil penjualan kopi dan juga *merchandise* yang ada di toko. Siswa mampu memaparkan adanya komponen biaya pada usaha toko roti, yaitu dengan melakukan pembelian untuk biaya operasional dan mendapatkan penghasilan dengan penjualan roti secara langsung di toko atau titip jual.

Sebagai refleksi keberhasilan kegiatan, hasil evaluasi menunjukkan peningkatan pemahaman siswa terhadap konsep dasar kewirausahaan. Hal ini diukur melalui *pre-test* dan *post-test* sederhana yang dilakukan sebelum dan sesudah kegiatan. Selain itu, perlu dicatat bahwa jumlah siswa yang mengikuti kegiatan berbeda dengan jumlah siswa yang mengisi instrumen evaluasi secara lengkap. Dari total peserta 100 siswa, hanya 100 siswa yang mengisi *pre-test* dan 83 siswa yang mengisi *post-test*. Hal ini disebabkan 17 siswa tidak lengkap menyelesaikan *post-test*, sehingga datanya tidak dimasukkan dalam analisis. Oleh karena itu analisis ini dilakukan hanya terhadap 83 siswa yang mengisi instrumen secara lengkap.

Berdasarkan hasil skor rata-rata siswa meningkat dari 72,4 ($SD=7,85$) pada *pre-test* menjadi 91,2 ($SD = 5,96$) pada *post-test*. Uji *paired sample t-test* menghasilkan nilai *t*-hitung sebesar 21,63 dengan tingkat signifikansi $p = 0,000 (< 0,05)$, yang menunjukkan adanya peningkatan pemahaman yang signifikan secara statistik setelah pelatihan. Peningkatan rata-rata sebesar 18,8 poin ini mengindikasikan

bahwa pelatihan *Business Model Canvas* yang dilakukan secara partisipatif dan berbasis praktik mampu memberikan dampak positif yang nyata terhadap penguasaan konsep kewirausahaan pada siswa.

Berdasarkan hasil analisis statistik, peningkatan skor dari pre-test ke post-test tersebut signifikan secara statistik, dengan nilai $p < 0,05$ menggunakan uji *paired sample t-test*. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan pelatihan *Business Model Canvas* memberikan pengaruh positif yang nyata terhadap pemahaman siswa mengenai konsep kewirausahaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa pendekatan pembelajaran berbasis praktik dan kolaboratif yang diterapkan dalam kegiatan ini mampu meningkatkan penguasaan materi secara substansial. Selain itu, konsistensi peningkatan skor pada hampir seluruh peserta menunjukkan bahwa metode pelatihan yang digunakan efektif tidak hanya bagi siswa dengan pemahaman awal tinggi, tetapi juga bagi mereka yang sebelumnya memiliki tingkat pengetahuan lebih rendah.

Tabel 1. Deskripsi statistik *pre* dan *post test*

Variabel	N	Mean	Std. Dev.	t-hitung	Sig. (p)	Keterangan
Pre-test	83	72,4	7,85			
Post-test	83	91,2	5,96	21,63	0,000	Peningkatan signifikan ($p < 0,05$)

Sumber: Analisa SPSS

Umpan balik dari guru pendamping juga menyatakan bahwa kegiatan ini memberi pengalaman baru bagi siswa untuk berpikir kritis dan berani menyampaikan ide mereka. Beberapa siswa yang awalnya pasif mulai menunjukkan kepercayaan diri saat diskusi dan presentasi dengan ide bisnis yang dikerjakan secara berkelompok walau masing-masing anggota berasal dari kelas yang berbeda. Hal ini menunjukkan bahwa siswa mampu memetakan komponen usaha dan mengerti bagaimana mengaplikasikannya ke dalam praktik.

SIMPULAN

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian yang dilaksanakan di SMP Katolik Sang Timur Jakarta berhasil meningkatkan literasi kewirausahaan dan keterampilan presentasi siswa kelas 9 melalui pengenalan dan praktik penyusunan *Business Model Canvas* (BMC). Proses pembelajaran yang melibatkan pemaparan materi, diskusi kelompok, pengisian kanvas kerja, dan presentasi ide bisnis telah mendorong partisipasi aktif siswa serta mengasah kemampuan berpikir kritis, kreatif, dan kolaboratif. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan skor pemahaman siswa, dari rata-rata 72,4 pada pre-test menjadi 91,2 pada post-test, dengan uji *paired sample t-test* menghasilkan nilai $p < 0,05$. Peningkatan ini menunjukkan bahwa metode pembelajaran berbasis praktik dan kolaboratif efektif dalam memperkuat pemahaman konsep kewirausahaan.



Gambar 4. Apresiasi hasil presentasi kanvas kerja dari salah satu kelompok siswa

Selain itu, kegiatan ini tidak hanya memberikan pemahaman teoritis, tetapi juga pengalaman langsung dalam merancang strategi bisnis melalui BMC. Siswa mampu mengidentifikasi komponen penting dalam sebuah usaha, mengaitkan dengan contoh nyata, dan mengembangkan ide inovatif sesuai tren pasar. Respon positif dari guru pendamping memperkuat temuan bahwa kegiatan ini mendorong siswa untuk lebih percaya diri dalam mengemukakan ide, bahkan bagi mereka yang awalnya pasif. Hasil ini mengindikasikan bahwa penerapan BMC di tingkat sekolah menengah dapat menjadi model pembelajaran efektif yang dapat direplikasi di sekolah lain untuk menumbuhkan minat berwirausaha sejak dini.

Saran

Untuk kegiatan pengabdian selanjutnya, disarankan agar materi BMC dikembangkan lebih mendalam dengan menambahkan simulasi perhitungan biaya, analisis pasar sederhana, dan strategi pemasaran digital, sehingga siswa memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai kelayakan usaha. Selain itu, pelaksanaan kegiatan dapat diperluas menjadi beberapa pertemuan agar siswa memiliki waktu yang cukup untuk mengembangkan ide bisnis secara lebih matang dan melakukan uji coba sederhana di lingkungan sekolah. Kolaborasi dengan pelaku usaha lokal atau alumni yang berwirausaha juga dapat menjadi nilai tambah, karena siswa dapat belajar langsung dari pengalaman praktis. Pendekatan ini diharapkan dapat memperkuat keterampilan kewirausahaan yang aplikatif dan berkelanjutan, serta menumbuhkan ekosistem kewirausahaan di lingkungan sekolah.

DAFTAR PUSTAKA

- Bernal-Guerrero, A., Ramón Cárdenas, A., Domínguez Quintero, A., & Martín-Gutiérrez, Á. (2024). Entrepreneurial Potential in Secondary School Students. An Exploratory Evaluation. *SAGE Open*, 14(2), 2024. <https://doi.org/10.1177/21582440241256780>
- Brüne, N., & Lutz, E. (2020). *The effect of entrepreneurship education in schools on entrepreneurial outcomes: a systematic review*. 70(2), 275–305. <https://doi.org/10.1007/S11301-019-00168-3>
- Firman, A., Mansyur, M., Latief, F., Hidayat, A. R. F., & Baharuddin, I. (2023). Membangun literasi kewirausahaan bagi generasi muda. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 7(1), 574-582.
- Horster, E. (2023). *Das Business Model Canvas* (pp. 98–105). Haufe. https://doi.org/10.34157/978-3-648-16906-3_14
- Naidoo, V. (2024). *Evolution of Entrepreneurship Education* (pp. 1–16). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-0409-9.ch001>
- Neycheva, M. (2024). Exploring the Factors of Firm-Provided Continuing Education and Training: A Systematic Literature Review. *European Journal of Educational Research*, 13(3), 1185–1197. <https://doi.org/10.12973/eu-jer.13.3.1185>
- Putri, C. P., & Nawawi, Z. M. (2023). Pentingnya Pendidikan Kewirausahaan Ditanamkan Sejak Usia Sekolah Dasar dalam Perspektif Islam. *Maeswara/Maeswara, Semarang*, 2(1), 141–158. <https://doi.org/10.61132/maeswara.v2i1.603>
- Putri, R. D., Megasari, R., Rachmawati, D., & Inayati, R. U. (2021). Literasi Kewirausahaan Dan Munculnya Wirausaha Mahasiswa: Apakah Ada Hubungan?. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 17(3), 251-259.
- Mohamad Rizan, E. S., Prabowo, H., Hanoum, F. C., & others. (2024). The Role Of Business Model Canvas (Bmc) In Digital Entrepreneurship On Students' Interest In Indonesia. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains dan Informatika*, 15(1), 109–124. <https://doi.org/10.21009/JRMSI.015.1.10>
- Suguna, M., Sreenivasan, A., Ravi, L. *et al.* Entrepreneurial education and its role in fostering sustainable communities. *Sci Rep* 14, 7588 (2024). <https://doi.org/10.1038/s41598-024-57470-8>
- Vivekananth, S., Indiran, L., & Kohar, U. H. A. (2023). The Influence of Entrepreneurship Education on University Students' Entrepreneurship Self-Efficacy and Entrepreneurial Intention. *Journal of Technical Education and Training*. <https://doi.org/10.30880/jtet.2023.15.04.011>
- Yusup, A. K., Christian, S., Gunawan, C. A., Shrinithy, P., & Tatra, K. W. (2024). Meningkatkan skill kewirausahaan siswa melalui praktik business model canvas. *Jurnal Leverage, Engagement, Empowerment of Community (LeECOM)*, 6(1), 7-14.
- Zahran, W. S., Setiawan, D. R., Pentanurbowo, S., Tamba, R. S., Irwansyah, I., & Zulkipli, Z. (2024). Peningkatan Literasi Kewirausahaan Siswa SMK Husada Persada Indonesia di Kota Bekasi. *Jurnal Komunitas: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 7(1), 86-94.
- Zuhri, N., & Hashim, N. (2017). Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Opportunity Recognition. 10.9790/487X-1911057479