

Pelatihan Perancangan Model Bisnis untuk Usaha Baru dengan menggunakan BMC bagi Siswa SMA Kr. Pringadi

Yoppy Mirza Maulana^{1*}

¹Universitas Dinamika, Surabaya

*Email: yoppy@dinamika.ac.id

ABSTRACT

Comprehension of business models is fundamental for the effective design and development of new ventures, particularly for students beginning to explore entrepreneurship. This community service program aimed to equip students of SMA Kristen Pringadi with the skills to develop business models using the (BMC) Business Model Canvas framework. The training was implemented in three stages: preparation, execution, and evaluation. In addition to introducing the BMC framework, the training also presented the eight types of e-business models developed by Peter Weill and Michael R. Vitale as a conceptual foundation. The effectiveness of the training was assessed by comparing the results of pre-tests and post-tests. Of the 18 participants, 9 students (50%) demonstrated improvement, 7 students (38.9%) maintained the same scores, and 2 students (11.1%) showed no improvement. These findings suggest that the training had a positive impact on most participants' understanding of business model design. It is hoped that this activity will serve as an initial step in cultivating entrepreneurial interest and competence among high school students.

Keywords: business model, business model canvas, entrepreneurship, training, high school students

ABSTRAK

Pemahaman tentang model bisnis sangat penting dalam proses perencanaan dan pengembangan usaha baru, terutama bagi siswa yang mulai tertarik pada dunia kewirausahaan. Pelatihan ini bertujuan untuk membekali siswa SMA Kristen Pringadi dengan keterampilan mendesain model bisnis dengan memanfaatkan kerangka BMC (Business Model Canvas). Pelaksanaan pelatihan dibagi ke dalam tiga tahap utama, yaitu preparation, execution, and evaluation. Materi pelatihan juga mencakup pengenalan delapan tipe model e-Business menurut Peter Weill dan Michael R. Vitale sebagai dasar pemahaman konsep. Evaluasi atas keberhasilan pelatihan dilakukan dengan menganalisis perbedaan hasil pre-test dan post-test peserta. Dari 18 peserta, sebanyak 9 peserta (50%) menunjukkan peningkatan hasil, 7 peserta (38,9%) memperoleh hasil yang sama, dan 2 peserta (11,1%) belum mengalami peningkatan. Hasil tersebut memperlihatkan bahwa pelatihan memberikan pengaruh positif pada pemahaman sebagian besar peserta terkait perancangan model bisnis. Pelatihan ini diharapkan dapat menjadi langkah awal dalam menumbuhkan minat dan kemampuan kewirausahaan di kalangan siswa.

Kata Kunci: model bisnis, business model canvas, kewirausahaan, pelatihan, siswa SMA

PENDAHULUAN

Model bisnis menjelaskan cara sebuah organisasi menghasilkan, menyampaikan, dan mempertahankan nilai (Sjödin et al., 2020). Model bisnis adalah deskripsi suatu organisasi dan bagaimana organisasi tersebut dalam mencapai tujuannya (Prescott & Filatotchev, 2021). Model bisnis sebagai atribut organisasi yang memiliki dampak secara langsung dan nyata pada operasi bisnis (*business operations*) (Prescott & Filatotchev, 2021). Operasi bisnis merupakan kegiatan sehari-hari yang dilakukan oleh perusahaan untuk menjalankan bisnis secara keseluruhan. Sementara itu, rangkaian aktivitas harian yang saling berkaitan dan bertujuan mencapai tujuan organisasi dikenal sebagai proses bisnis. (Maulana, 2023b)(Maulana, 2024). Oleh sebab itu dalam mengembangkan usaha baru sangatlah penting untuk

menentukan model bisnis, karena mempengaruhi proses bisnis dalam organisasi tersebut dalam mencapai tujuannya.

Peter Weill dan Michael R. Vitale mengemukakan delapan jenis model bisnis dalam *e-Business* yang dapat dijadikan pilihan oleh organisasi (Indrajit, 2002)(Bleistein et al., 2004). Pertama, *Direct to Customer* merupakan model bisnis yang melibatkan transaksi langsung antara penjual dan konsumen. Kedua, *Full-Service Provider* mengacu pada penyediaan berbagai layanan dan sumber daya yang diperlukan oleh organisasi lain. Ketiga, *Whole of Enterprise* adalah model yang menawarkan layanan terpadu melalui satu titik akses (*single point of contact*) untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Keempat, *Intermediaries* berperan sebagai pihak perantara yang menjembatani berbagai kebutuhan antara produsen dan konsumen. Kelima, *Shared Infrastructure* menyediakan layanan penyewaan infrastruktur TI secara bersama-sama kepada beberapa pengguna atau organisasi. Keenam, *Virtual Community* memanfaatkan komunitas daring untuk mendukung berbagai aktivitas. Ketujuh, *Value Net Integrator* berfungsi mengintegrasikan berbagai sumber daya yang tersedia di internet guna memperkenalkan produk atau jasa baru. Kedelapan, *Content Provider* menawarkan layanan pembuatan dan distribusi konten berupa informasi yang ditujukan bagi pengguna atau pelanggan.

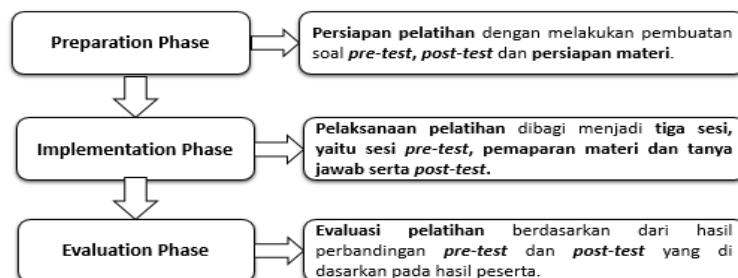
Namun demikian, meskipun pemahaman konsep model bisnis penting untuk pengembangan usaha, masih banyak pelaku usaha pemula, termasuk siswa yang tertarik berwirausaha, belum memahami bagaimana merancang model bisnis secara sistematis dan praktis. Siswa sekolah menengah atas (SMA) yang memiliki minat untuk membuka usaha baru seringkali hanya fokus pada produk atau layanan yang ingin ditawarkan tanpa memahami keseluruhan struktur dan proses bisnis yang mendukung keberlanjutan usaha tersebut.

Salah satu pendekatan yang sederhana namun komprehensif untuk menyusun model bisnis dilakukan melalui pendekatan BMC, yang dikembangkan oleh Alexander Osterwalder sebagai kerangka kerja strategis. (Crotty et al., 2017). BMC membantu visualisasi model bisnis melalui sembilan elemen kunci yang saling terintegrasi, yaitu: *Customer Segments, Value Propositions, Channels, Customer Relationships, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities, Key Partnerships, and Cost Structure* (Crotty et al., 2017). Dengan pendekatan ini, siswa dapat memahami hubungan antar elemen dalam sebuah usaha dan bagaimana setiap keputusan bisnis mempengaruhi keseluruhan model.

Mengelaborasi pemahaman teoretis tentang model bisnis seperti yang dijelaskan oleh Peter Weill dan Michael R. Vitale dengan alat praktis seperti BMC, pelatihan ini diharapkan dapat membantu siswa SMA Kristen Pringadi tidak hanya mengenal berbagai tipe model bisnis, tetapi juga mampu menyusun model bisnis untuk usaha baru secara terstruktur dan aplikatif. Pelatihan ini juga akan membekali siswa dengan keterampilan berpikir strategis dan kewirausahaan, yang penting dalam menghadapi tantangan ekonomi digital saat ini. Dengan demikian, pelatihan ini dirancang tidak hanya sebagai pembelajaran berbasis teori, tetapi juga memberikan pengalaman langsung dalam menyusun dan menganalisis model bisnis yang dapat diterapkan dalam kehidupan nyata, sekaligus menumbuhkan semangat kewirausahaan sejak usia sekolah.

METODE

Pendekatan yang digunakan dalam pelatihan ini mencakup dua metode utama, yaitu: 1) metode penyampaian materi secara lisan (ceramah), dan 2) metode evaluasi melalui *pre-test* dan *post-test*. Kedua metode tersebut diterapkan secara terintegrasi dalam setiap tahapan pelaksanaan pelatihan, yang terdiri atas tiga fase sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1, yaitu: 1) *Phase of Preparation*; 2) *Phase of Implementation*; dan 3) *Phase of Evaluation* (Maulana, 2023a)(Maulana & Arnandy, 2024).



Gambar 1. Metode Pelatihan

2.1 Preparation Phase

Kegiatan pada tahap ini adalah membuat pertanyaan *pre-test* dan *post-test* dengan menggunakan aplikasi *google form*. Selain itu pada tahap persiapan ini juga menyiapkan materi, latihan dan soal untuk pelaksanaan edukasi ini.

2.2 Implementation Phase

Kegiatan pada tahap ini meliputi penjelasan tentang tempat dan waktu pelaksanaan, peserta yang mengikuti pelatihan ini, proses pelaksanaan pelatihan dan proses mengukur atau mengevaluasi keberhasilan peserta didik.

2.3 Evaluation Phase

Evaluasi pada tahap ini dilakukan untuk mengukur tingkat keberhasilan peserta didik dalam mengikuti pelatihan, dengan cara membandingkan hasil *pre-test* dan *post-test*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Preparation Phase

Tahap *preparation* mencakup perancangan soal *pre-test* dan *post-test*, masing-masing terdiri dari lima pertanyaan yang disusun dalam format daring. Pertanyaan-pertanyaan tersebut dibuat menggunakan aplikasi *google form* dengan model pilihan ganda (*multiple choice*), sebagaimana ditampilkan pada Gambar 2.

The screenshot shows a Google Form titled "Business Model Canvas". At the top, it says "Training on Business Model Design for New Ventures Using the BMC". Below that, a note states "This form is automatically collecting emails from all respondents. [Change settings](#)". The main content starts with a question: "Pengertian Bisnis yang tidak tepat adalah Jawaban". Below the question are four multiple-choice options:

- Sistem yang memproduksi barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.
- Aktivitas perusahaan yang dilakukan untuk mendapatkan keuntungan.
- Aktivitas perusahaan yang tidak fokus pada goodwill.

Gambar 2. Soal *pre-test* dan *post-test* berbasis *Google Form*

Adapun soal *pre-test* dan *post-test* ada 5 pertanyaan yang ditunjukkan pada Tabel 1. Sedangkan materi meliputi pengertian dan tujuan bisnis, pengertian *business model* dan *business model canvas* yang ditunjukkan pada Tabel 2.

Tabel 1. Soal *Pre-Test* dan *Post-Test*

No.	Pertanyaan
1	Pengertian Bisnis yang tidak tepat adalah
2	Tujuan Bisnis yang tidak tepat adalah
3	Pengertian <i>Business Model</i> yang tidak tepat adalah
4	Pengertian yang tidak tepat terkait <i>Business Model Canvas</i>
5	Berikut yang bukan elemen dari <i>Business Model Canvas</i> adalah

Tabel 2. Materi Pelatihan

Materi	Detil Materi
1. Business	Bisnis dapat didefinisikan sebagai suatu mekanisme terorganisir yang memproduksi barang dan jasa guna memenuhi permintaan dan kebutuhan publik.
2. Business Model	Tujuan utama dari bisnis, antara lain: 1. Memastikan keberlangsungan usaha, 2. Mencapai pertumbuhan dan pengembangan, 3. Mempertahankan dan meningkatkan stabilitas, 4. Meningkatkan efektifitas dan efisiensi, 5. Membangun dan mempertahankan reputasi baik, 6. Meningkatkan Inovasi, 7. Mengupayakan profitabilitas yang berkelanjutan.
3. Business Model Canvas	Model bisnis merujuk pada strategi perusahaan dalam menawarkan produk atau layanan kepada pelanggan dengan cara yang unik dibandingkan kompetitor, dengan tujuan untuk memaksimalkan profitabilitas. BMC merupakan sebuah <i>framework</i> yang dikembangkan oleh Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur, yang berfungsi sebagai alat manajemen strategis untuk memvisualisasikan, mengevaluasi, dan merancang model bisnis secara sistematis. BMC menyajikan representasi visual yang ringkas dan sistematis mengenai bagaimana strategi bisnis dijalankan melalui sembilan elemen utama yang saling terintegrasi.

3.2. Implementation Phase

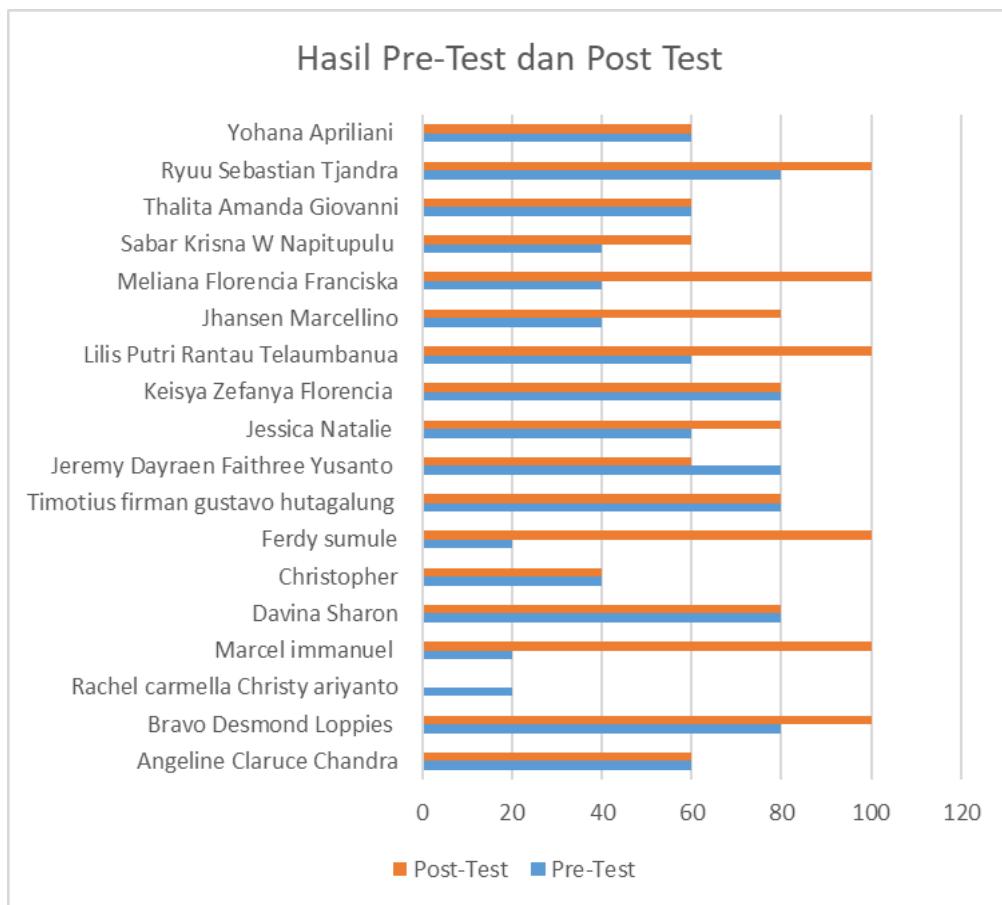
Tahap *implementation* merupakan proses pelaksanaan pelatihan yang dilaksanakan di SMK Kristen Pringadi Surabaya pada tanggal 11 Desember 2024, mulai pukul 09.00 hingga 10.30. Pelatihan ini diikuti oleh sejumlah 18 peserta. Adapun kegiatan pelatihan ini, divisualisasikan pada Gambar 3. Adapun hasil *pre-test* dan *post-test* ditunjukkan pada Tabel 3 dan visualisasikan dalam bentuk seperti pada Gambar 4.



Gambar 3. Kegiatan Pelatihan

Tabel 3. Hasil Pre-Test dan Post-Test

No.	Nama	Pre-Test	Post-Test
1	Angeline Claruce Chandra	60	60
2	Bravo Desmond Loppies	80	100
3	Rachel carmella Christy ariyanto	20	0
4	Marcel immanuel	20	100
5	Davina Sharon	80	80
6	Christopher	40	40
7	Ferdy sumule	20	100
8	Timotius firman gustavo hutagalung	80	80
9	Jeremy Dayraen Faithree Yusanto	80	60
10	Jessica Natalie	60	80
11	Keisya Zefanya Florencia	80	80
12	Lilis Putri Rantau Telaumbanua	60	100
13	Jhansen Marcellino	40	80
14	Meliana Florencia Franciska	40	100
15	Sabar Krisna W Napitupulu	40	60
16	Thalita Amanda Giovanni	60	60
17	Ryuu Sebastian Tjandra	80	100
18	Yohana Apriliani	60	60



Gambar 4. Grafik Hasil pre-test dan post-test

3.3. Evaluation Phase

Tahap evaluasi merupakan proses untuk menilai efektivitas pelatihan dengan membandingkan hasil pre-test dan post-test yang diperoleh peserta. Berdasarkan hasil evaluasi, sebanyak 9 dari 18 peserta menunjukkan peningkatan nilai, yang setara dengan 50%. Sementara itu, 7 peserta atau 38,9% menunjukkan hasil pre-test dan post-test yang sama, tanpa perubahan nilai. Adapun 2 peserta, atau 11,1%, belum mengalami peningkatan dalam hasil tes mereka.

SIMPULAN

Pelatihan perancangan model bisnis berdasarkan BMC bagi siswa SMA Kristen Pringadi telah berhasil dilaksanakan melalui tiga tahapan utama: *preparation*, *implementation*, dan *evaluation*. Pelatihan ini memberikan pemahaman dasar kepada siswa mengenai pentingnya model bisnis dalam merancang usaha baru, serta memperkenalkan berbagai tipe model bisnis e-Business menurut Weill dan Vitale sebagai referensi tambahan.

Berdasarkan hasil evaluasi, sebanyak 50% peserta mengalami peningkatan pemahaman setelah mengikuti pelatihan, sementara 38,9% peserta menunjukkan hasil yang tetap, dan 11,1% belum menunjukkan peningkatan. Hal tersebut menandakan bahwa pelatihan memberikan manfaat yang signifikan bagi sebagian besar peserta, meskipun masih terdapat ruang untuk peningkatan efektivitas dalam pelaksanaan kegiatan serupa di masa mendatang.

DAFTAR RUJUKAN

- Bleistein, S. J., Aurum, A., Cox, K., & Ray, P. K. (2004). Strategy-oriented alignment in requirements engineering: Linking business strategy to requirements of e-business systems using the SOARE approach. *Journal of Research and Practice in Information Technology*, 36(4), 259–276.
- Crotty, Y., Kinney, T., & Farren, M. (2017). Using the Business Model Canvas (BMC) strategy tool to support the Play4Guidance online entrepreneurial game. *International Journal for Transformative Research*, 4(1), 34–41. <https://doi.org/10.1515/ijtr-2017-0005>
- Indrajit, R. E. (2002). *Konsep dan Strategi e-Business*.
- Maulana, Y. M. (2023a). Edukasi Integrasi Aplikasi Perkantoran bagi Mahasiswa. *Teknologi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 87–98. <https://ejournal.upi.edu/index.php/Teknologi/article/view/62172>
- Maulana, Y. M. (2023b). Model Perencanaan Proses Bisnis Berdasarkan Business Process Management Pada Universitas Dinamika. *Jurnal Ilmiah Media Sisfo*, 17(1), 73–85. <https://doi.org/10.33998/mediasisfo.2023.17.1.722>
- Maulana, Y. M. (2024). Kerangka Kerja Analisis dan Pemodelan Pada Proses Bisnis Berdasarkan BPI Dan BSC. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 11(2), 349–356. <https://doi.org/10.25126/jtiik.20241128325>
- Maulana, Y. M., & Arnandy, D. A. (2024). Edukasi Integrasi dan Kolaborasi Pekerjaan Administratif Menggunakan Google Docs bagi Siswa SMK Perdana I. *TEKMULOGI: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 27–38.
- Prescott, J. E., & Filatotchev, I. (2021). The Business Model Phenomenon: Towards Theoretical Relevance. *Journal of Management Studies*, 58(2), 517–527. <https://doi.org/10.1111/joms.12610>
- Sjödin, D., Parida, V., Jovanovic, M., & Visnjic, I. (2020). Value Creation and Value Capture Alignment in Business Model Innovation: A Process View on Outcome-Based Business Models. *Journal of Product Innovation Management*, 37(2), 158–183. <https://doi.org/10.1111/jpim.12516>