

PENINGKATAN KETERAMPILAN KEWIRAUSAHAAN SISWA SMK DENGAN MENGGUNAKAN PERSONA CANVAS DAN BUSINESS MODEL CANVAS

Olivia Tanaya^{1*}, Susila Candra², Herman Susanto³, Arum Soesanti⁴

¹Prodi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Surabaya

^{2,3,4}Prodi Teknik Mesin, Fakultas Teknik, Universitas Surabaya

*e-mail: olviatanaya@staff.ubaya.ac.id¹, susila_c@staff.ubaya.ac.id², hermansusanto@staff.ubaya.ac.id³,
arum_soesanti@staff.ubaya.ac.id⁴

Abstract

Of Indonesia's population, the majority are of productive age, presenting both opportunities and challenges. While this demographic could drive economic progress, limited job vacancies pose a significant issue for young people. Encouraging entrepreneurship is one solution to this problem. A two-day service program was conducted at a private vocational school in Surabaya. The results of pre-test and post-test comparisons revealed improved knowledge, particularly in using Persona Canvas and Business Model Canvas. The Persona Canvas method encourages students to analyze potential buyers' conditions, helping them understand customer needs and problems. Meanwhile, Business Model Canvas, with its nine components, guides students in considering business sustainability. This shift broadened their perspective from focusing solely on technical skills and product sales to recognizing multiple aspects vital to gaining a competitive edge. Participant feedback confirmed that this training effectively nurtures entrepreneurial mindsets, equipping the younger generation with essential skills for future success.

Keywords: *business model canvas; entrepreneur; entrepreneurship; persona canvas*

Abstrak

Sebagian besar penduduk Indonesia berada dalam usia produktif, yang menghadirkan peluang sekaligus tantangan. Meskipun demografi ini berpotensi mendorong kemajuan ekonomi, terbatasnya lapangan kerja menjadi masalah signifikan bagi generasi muda. Mendorong semangat kewirausahaan adalah salah satu solusi untuk masalah ini. Sebuah program pengabdian selama dua hari dilaksanakan di salah satu sekolah menengah kejuruan swasta di Surabaya. Hasil perbandingan pre-test dan post-test menunjukkan peningkatan pengetahuan, terutama dalam penggunaan Persona Canvas dan Business Model Canvas. Metode Persona Canvas mendorong siswa untuk menganalisis kondisi calon pembeli, membantu mereka memahami kebutuhan dan masalah pelanggan. Sementara itu, Business Model Canvas dengan sembilan komponennya membimbing siswa dalam mempertimbangkan keberlanjutan bisnis. Perubahan ini memperluas pandangan mereka dari hanya berfokus pada keterampilan teknis dan penjualan produk menjadi memahami berbagai aspek penting untuk memperoleh keunggulan kompetitif. Umpan balik peserta mengonfirmasi bahwa pelatihan ini efektif dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan generasi muda.

Kata kunci: *business model canvas; kewirausahaan; persona canvas; wirausaha*

1. PENDAHULUAN

Kondisi demografi Indonesia saat ini didominasi oleh usia produktif sebesar 65,2% (BPS, 2023). Bonus demografi ini merupakan peluang untuk Indonesia dalam memajukan kondisi ekonomi dan sosial. Jumlah penduduk usia produktif yang berkualitas dapat menjadi modal dan sumber daya penting dalam pembangunan ekonomi. Kualitas sumber daya manusia menjadi kunci keberhasilan dalam pemanfaatan bonus demografi ini.

Berdasarkan data dari CNBC (2023), jumlah pengangguran di Indonesia didominasi oleh penduduk usia muda. Meskipun memiliki latar belakang pendidikan yang lebih baik, namun penduduk usia muda saat ini mengalami kesulitan dalam menemukan pekerjaan (OECD, 2019). Persaingan yang ketat dalam mendapatkan pekerjaan dan pertumbuhan lowongan pekerjaan yang tidak banyak menyebabkan angka pengangguran ini tetap tinggi.

Defisit lowongan pekerjaan untuk penduduk usia muda meningkat pada tahun 2020, yaitu sebesar 8.2%. Sementara untuk orang dewasa, angka defisit hanya mencapai separuh dari defisit untuk penduduk usia muda.

Pada masa krisis, penduduk usia muda merupakan pihak yang paling terdampak karena perusahaan akan cenderung mempertahankan karyawan yang telah lama bekerja dan menunda adanya rekrutmen untuk karyawan baru. Selain itu, penduduk usia muda biasanya belum memiliki senioritas dan masih berada pada status karyawan kontrak, sehingga lebih besar potensinya untuk kehilangan pekerjaan (ILO, 2022). Perlu ada upaya antisipasi dalam mengatasi pengangguran muda.

Selama satu dekade terakhir, kewirausahaan merupakan salah satu pendidikan yang diutamakan. Kewirausahaan mendapatkan perhatian yang besar karena mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat, mengurangi pengangguran, dan mengatasi isu sosial lainnya (Mukhtar et al., 2021). Individu yang telah mendapatkan pelatihan kewirausahaan memiliki tingkat keberhasilan dalam berusaha yang lebih tinggi. Hal ini disebabkan karena hanya sedikit individu yang memiliki genetik wirausaha sehingga untuk mendapatkan sumber daya tersebut perlu adanya pelatihan khusus (Eesley & Lee, 2021).

Pendidikan kewirausahaan menjadi penting untuk diberikan kepada siswa-siswa SMK agar dapat meningkatkan kesempatan anak agar dapat lebih berkreasi dan tidak hanya bergantung kepada lowongan pekerjaan yang ada. Inisiatif untuk memberikan pelatihan terkait kewirausahaan dan pemecahan suatu masalah dapat memberikan hasil yang positif untuk potensi kewirausahaan (Guerrero et al., 2021). Peningkatan skill siswa dengan adanya pelatihan kewirausahaan membantu siswa untuk mengidentifikasi peluang bisnis sehingga dapat meningkatkan jumlah wirausaha dalam suatu negara. Selain itu, peningkatan keterampilan juga dapat membantu dalam membangun kualitas bisnis yang baik (Eesley & Lee, 2021). Perkembangan pendidikan kewirausahaan memberikan dampak yang semakin besar dalam beberapa tahun terakhir dalam menciptakan sikap yang benar dan mengembangkan pengetahuan dan keterampilan yang relevan dalam membangun suatu bisnis (Amalia & von Korfflesch, 2021).

Pembuatan suatu bisnis baru memerlukan sistem dan pola yang dapat membantu wirausahawan muda dalam memetakan bisnisnya. Proses observasi dan analisa dengan menggunakan data diperlukan agar dapat memahami kondisi dan peluang bisnis yang

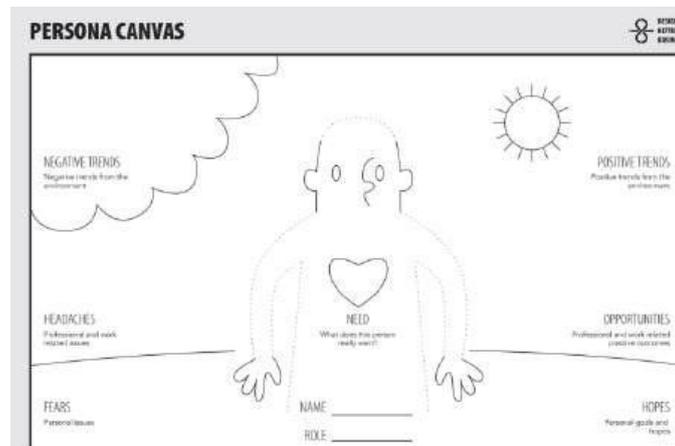
dapat dikembangkan. *Business Model Canvas* tidak hanya membantu dalam perencanaan suatu bisnis namun juga membantu dalam pemetaan suatu bisnis (Azmy et al., 2023).

Para pengusaha pemula sering kali fokus pada aspek operasional dan penjualan produk tanpa memikirkan keberlanjutan dalam bisnis. Kurangnya pengalaman menjadi permasalahan yang sering kali dialami oleh pengusaha pemula. Dalam praktiknya, *Business Model Canvas* membantu pengusaha untuk fokus terhadap elemen-elemen penting perusahaan sehingga dapat fokus dalam mengoptimalkan peluang dan kekuatan serta meminimalkan ancaman dan kelemahan perusahaan (Supriyandi & Yusuf, 2022). Meskipun banyak benefit yang ditawarkan oleh *Business Model Canvas*, namun belum banyak orang yang mengetahui model ini, khususnya pengusaha pemula yang tidak memiliki latar belakang bisnis.

2. METODE

Pelatihan ini dilakukan di gedung SMK St. Louis, Surabaya selama dua hari. Pada tahap awal, dilakukan pre-test untuk menguji pengetahuan kewirausahaan yang dimiliki oleh peserta. Setelah itu, dilanjutkan dengan pemaparan materi dan praktek terkait *Persona*

Canvas dan *Small Business Marketing*. Penggunaan *Persona Canvas* bertujuan untuk memudahkan peserta dalam memahami target pelanggan yang dituju.



Gambar 1. *Persona Canvas*

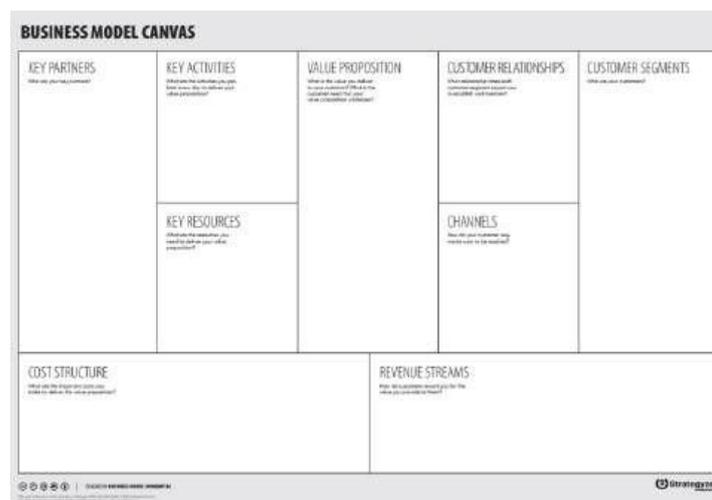
Gambar 1 menunjukkan detail isian yang perlu diisi di dalam *Persona Canvas*.

Komponen yang perlu diisi yaitu:

- *Name dan Role* berisi identitas dari calon pembeli.
- *Need* berisi kebutuhan calon pembeli serta target atau ambisi yang ingin dipenuhi.
- *Positive Trends* berisi hal-hal positif yang dialami oleh persona dari lingkungannya.
- *Negative Trends* berisi hal-hal negatif yang dialami oleh persona dari lingkungannya.
- *Opportunities* berisi peluang-peluang atau sumber daya yang dimiliki oleh persona baik dari kehidupan kerja maupun kehidupan pribadi.

- *Headaches* merupakan rasa sakit yang dirasakan oleh persona dan ingin dihilangkan.
- *Hopes* merupakan harapan yang dimiliki oleh persona untuk masa depan.
- *Fears* berisi ketakutan yang dimiliki oleh persona untuk masa depan.

Pada hari kedua, dilanjutkan dengan pemaparan materi dan praktek terkait *Business Model Canvas*. Metode ini digunakan dengan tujuan membantu peserta dalam memetakan ide atau konsep bisnis dan mengkomunikasikannya dengan cara yang mudah dipahami orang lain (Salwin et al., 2022).



Gambar 2. *Business Model Canvas*

Gambar 2 menunjukkan komponen dalam *Business Model Canvas* yaitu: *customer segments*, *customer relationship*, *value proposition*, *key activities*, *key resources*, *key partners*, *channels*, *cost structure*, dan *revenue streams*. *Customer segment* berisi siapa yang akan membeli produk. Selain itu dapat dijabarkan karakteristik konsumen seperti usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan serta segmen pasar yang dituju. *Value Proposition* berisi kebutuhan atau masalah yang ingin dipenuhi serta keunikan yang ditawarkan dalam bisnis yang dimiliki. *Channels* merupakan entitas yang digunakan untuk membuat produk sampai ke konsumen. Pada komponen ini dapat digunakan konsep *Attention-Interest-Desire-Action (AIDA) marketing*. *Customer Relationship* berisi bagaimana kita menciptakan hubungan yang baik dengan pembeli sehingga tercipta pembeli-pembeli yang loyal dengan bisnis yang dimiliki.

Selanjutnya, *Revenue Streams* berisi pendapatan yang diperoleh dari perusahaan atas pemenuhan kebutuhan yang dilakukan. *Key Activities* merupakan aktivitas-aktivitas kunci yang dilakukan agar dapat menciptakan *value proposition* yang memiliki daya saing. *Key partnership* berisi mitra-mitra bisnis yang membantu pemilik dalam operasional bisnis. Mitra bisnis dapat berupa *outsourcing*, pemasok, dan perusahaan logistik. *Cost structure* mencakup biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam operasional. Pada komponen ini perlu dipertimbangkan waktu pengeluaran biaya, serta apakah pendapatan yang masuk dapat mencukupi biaya yang keluar (Possner & Tanaya, 2023; Sibalija et al., 2021). Setelah siswa mempresentasikan hasil *Business Model Canvas*, peserta diminta untuk

mengisi *posttest* sehingga diketahui hasil setelah pelatihan dilakukan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Peserta pelatihan ini berjumlah 23 siswa dengan rincian 15 siswa kelas X dan 8 siswa kelas XII. Pada tahap awal, dilakukan *pre-test* untuk mengukur tingkat pengetahuan awal yang dimiliki oleh siswa SMK. Analisis perbedaan sebelum dan sesudah dapat dilihat di **Tabel 1**. Pengetahuan terkait *Persona Canvas* belum banyak dimiliki oleh siswa SMK. Hal ini mungkin disebabkan karena sebagian besar siswa juga merupakan siswa kelas X. Sementara untuk pengetahuan terkait komponen dalam *Business Model Canvas* sebagian siswa sudah mengenal komponen-komponen di dalamnya. Menurut informasi dari guru yang mendampingi, untuk siswa kelas XII sudah pernah diberikan materi terkait *Business Model Canvas* sehingga beberapa siswa sudah mengenal metode ini. Pengetahuan mengenai *Small Business Marketing* mendapatkan persentase paling besar di tahap awal menunjukkan bahwa siswa telah memiliki dasar-dasar pengetahuan terkait pemasaran bisnis.

Table 1. Analisis keberhasilan

Topik	Pre-test	Post-test
Pengetahuan terkait tujuan <i>Persona Canvas</i>	20%	60%
Pengetahuan terkait isi <i>Persona Canvas</i>	0%	70%
Pengetahuan terkait komponen <i>Business Model Canvas</i>	50%	80%
Pengetahuan terkait kegunaan evaluasi pesaing	73%	85%
Pengetahuan terkait <i>small business marketing</i>	87%	96%

Pelaksanaan pelatihan pada hari pertama dimulai dengan pemaparan materi *Persona Canvas*, dilanjutkan dengan sesi praktek. Pada sesi ini, siswa dibagi menjadi 4 kelompok dan dicampur kelas X dan XII. Tujuan dari pencampuran ini adalah agar siswa yang kelas XII dapat membantu siswa yang kelas X dalam berdiskusi dan penyerapan materi.

Siswa kelas X dan XII yang ikut dalam kegiatan ini merupakan siswa dengan latar belakang teknik mesin sehingga mayoritas siswa tertarik untuk membuka bisnis bengkel sepeda motor. Sesi *Persona Canvas*, mengajak siswa untuk melihat dari sudut pandang calon pembeli dimana sudut ini belum pernah mereka pikirkan sebelumnya. Beberapa siswa telah memiliki pengalaman magang di bengkel, namun untuk melihat perspektif pembeli mereka butuh waktu untuk observasi. Penggunaan model ini dapat membantu siswa untuk memahami apa yang menjadi kebutuhan utama dari calon pembeli, tren positif dan negatif, apa yang menjadi peluang dan sakit kepala, serta keinginan dan ketakutan dari

pembeli.

Gambar 3 menunjukkan proses dari sesi diskusi *Persona Canvas*. Pada mulanya siswa masih kesulitan dalam mencerna komponen dalam *Persona Canvas*, namun dengan adanya pendampingan siswa menjadi lebih mudah memahami komponen *Persona Canvas*. Siswa SMK lebih mudah memahami ketika contoh ilustrasi yang digunakan merupakan contoh dari lingkungan yang ada di sekitar mereka. Contohnya apabila yang menjadi calon pembeli adalah mahasiswa, maka yang menjadi tren pada masa kini adalah gaya hidup yang serba instan. Sesi diskusi kelompok ini mengajak siswa untuk memikirkan ide bisnis yang ingin dibuat dengan permasalahan dan kondisi yang dialami oleh calon pembeli.



Gambar 3. Diskusi Persona Canvas

Sesi berikutnya yaitu materi *Small Business Marketing*. Pada sesi ini diberikan paparan terkait pentingnya melakukan riset pasar, analisis pesaing, serta alat-alat yang dapat digunakan untuk pemasaran. Siswa diajarkan terkait pembuatan profil instagram bisnis dimulai dari kriteria pemilihan nama profil. Pemilihan nama bisnis yang relevan dan mudah diingat. Selanjutnya, pembuatan logo bisnis dengan menggunakan Canva. Pada umumnya, siswa sudah cukup mengenal media marketing seperti instagram sehingga pada sesi ini siswa difokuskan untuk pembuatan logo sesuai dengan bisnis yang dibuat. Setiap kelompok diminta untuk menjelaskan filosofi dari logo yang dibuat. **Gambar 4** menunjukkan hasil pembuatan logo yang dibuat oleh siswa.



Gambar 4. Presentasi Logo Bisnis

Setelah profil dan pembuatan logo dilakukan, siswa diajarkan untuk melengkapi profil dengan pemberian slogan / tagline serta pemberian link yang dapat melengkapi informasi profil. Siswa juga diajarkan untuk pembuatan desain feed yang dapat menarik perhatian konsumen. **Gambar 5** menunjukkan proses pemberian materi terkait Instagram Bisnis.



Gambar 5. Pemaparan Instagram Bisnis

Materi selanjutnya dilanjutkan pada hari kedua. Di sesi ini, siswa fokus pada pembuatan *Business Model Canvas*. Pada tahap awal dilakukan pemaparan terkait masing-masing komponen dalam *Business Model Canvas*. Umumnya, siswa masih menganggap bahwa aktivitas bisnis hanya menjual produk saja. Namun, setelah dilakukan sesi diskusi siswa menjadi lebih paham bahwa bisnis tidak hanya menjual produk tetapi juga perlu ada riset pasar, lalu memikirkan aspek yang lain seperti logistik dan keuangan. Setiap kelompok diminta untuk memberikan keunggulan unik untuk masing-masing bisnis yang dibuat. Daya saing suatu bisnis penting agar dapat menarik banyak pembeli. Siswa-siswa sering kali hanya fokus pada penjualan produk tanpa memikirkan keberlanjutan bisnisnya.

Dari kelompok-kelompok yang ada tercipta beberapa ide bisnis yaitu kelompok pertama ingin membuat bisnis ban dan aksesoris sepeda motor. Kelompok kedua ingin membuat bengkel sepeda motor. Kelompok ketiga ingin membuat laundry pakaian dan kelompok keempat ingin membuat bisnis jual beli dan service vespa. Keempat kelompok ini pada awal sesi diskusi fokus pada produk masing-masing seperti bisnis ban melakukan aktivitas hanya penjualan ban dan sparepart, bengkel sepeda motor hanya melakukan layanan perbaikan. Namun, siswa diingatkan kembali bahwa bisnis tidak hanya terkait penjualan saja. Ada banyak kegiatan bisnis yang dilakukan seperti pemilihan supplier, pemasaran produk, dan memikirkan bagaimana pembeli akan loyal akan produk yang dijual.

Dalam sesi ini praktek ini, siswa diajak untuk berpikir lebih jauh terkait pengembangan bisnis yang dapat dilakukan. Banyak ide-ide baru yang keluar setelah diskusi bersama teman-teman dalam satu kelompok. Contohnya seperti kelompok pertama yang melihat minimnya toko yang menjual aksesoris motor secara lengkap khususnya motor gede atau moge. Kelompok kedua yang memikirkan ide promosi dengan mengikuti acara-acara motor serta membuka layanan kopi agar dapat meningkatkan kenyamanan dari pembeli. Kelompok ketiga yang memberikan layanan antar dengan melibatkan komunitas lokal seperti becak. Kelompok keempat yang memberikan layanan promosi service vespa gratis setelah adanya pembelian. Komponen yang ada dalam *Business Model Canvas* mengajak para siswa untuk memikirkan detail detail penting dalam pembuatan bisnis yang sebelumnya tidak pernah terpikirkan oleh siswa.

Setelah siswa diberikan waktu untuk diskusi, siswa diminta untuk melakukan presentasi. **Gambar 6** menunjukkan presentasi yang dilakukan oleh siswa SMK. Setiap

perwakilan kelompok memaparkan hasil diskusi yang telah dilakukan.



Gambar 6. Presentasi *Business Model Canvas*



Gambar 7. Peserta Pelatihan

Setelah presentasi, siswa diminta untuk mengerjakan post test agar mengetahui hasil dari pengabdian ini. Hasil *post test* menunjukkan adanya peningkatan dari sebelum pelatihan terutama dalam pengetahuan terkait *Persona Canvas*. Siswa SMK yang sebelumnya hanya fokus membuka bisnis dan menjual produk, mulai memikirkan pentingnya mengetahui dan mengenal konsumen bisnis. Selain itu, siswa juga semakin memahami terkait komponen dalam *Business Model Canvas* serta pentingnya keunikan dari masing-masing bisnis.

Gambar 7 menunjukkan total peserta yang mengikuti pelatihan selama dua hari. Peserta diminta untuk memberikan *feedback* selama pelatihan kewirausahaan. Peserta berpendapat bahwa pengisian *Business Model Canvas* sebetulnya tidak terlalu sulit namun banyak yang perlu dipikirkan sebelum membuka bisnis. Simulasi dengan metode ini membantu siswa-siswa SMK untuk *mapping* aspek-aspek penting yang diperlukan dalam berwirausaha.

4. KESIMPULAN

Pelaksanaan pelatihan ini menunjukkan adanya perubahan pengetahuan dalam

kewirausahaan. Siswa belajar untuk semakin mengenal konsumennya, serta bagaimana membuat bisnis dapat memiliki daya saing. Adanya sesi praktek dan diskusi membuat siswa dapat memikirkan detail dari pembuatan suatu bisnis. Persaingan yang ketat dalam pasar tenaga kerja dan tingkat pengangguran muda yang tinggi menunjukkan bahwa siswa memerlukan keterampilan yang dapat membantu perkembangan dirinya di masa depan.

Pelatihan kewirausahaan membantu siswa-siswa SMK untuk mengembangkan genetik wirausaha sehingga dapat meningkatkan jumlah wirausaha dalam suatu negara.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, R. T., & von Korfflesch, H. F. O. (2021). Entrepreneurship education in Indonesian higher education: mapping literature from the Country's perspective. *Entrepreneurship Education*, 4(3), 291–333. <https://doi.org/10.1007/s41959-021-00053-9>
- Azmy, A., Risza Idris, H., & Priyono, A. (2023). Webinar Pelatihan Business Model Canvas untuk Pemetaan Ide Bisnis Wirausaha. *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(4). <https://doi.org/10.30651/aks.v7i4.10419>
- BPS. (2023). *Bonus Demografi dan Visi Indonesia Emas 2045*. https://bigdata.bps.go.id/documents/datain/2023_01_2_Bonus_Demografi_dan_Visi_Indonesia%20Emas_2045.pdf
- CNBC. (2023). *7,86 Juta Orang RI Nganggur, Terbanyak Lulusan SMK & Gen Z*.
- Eesley, C. E., & Lee, Y. S. (2021). Do university entrepreneurship programs promote entrepreneurship? *Strategic Management Journal*, 42(4), 833–861. <https://doi.org/10.1002/smj.3246>
- Guerrero, M., Liñán, F., & Cáceres-Carrasco, F. R. (2021). The influence of ecosystems on the entrepreneurship process: a comparison across developed and developing economies. *Small Business Economics*, 57(4), 1733–1759. <https://doi.org/10.1007/s11187-020-00392-2>
- ILO. (2022). *Global Employment Trends for Youth 2022*. https://webapps.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_853329.pdf
- Mukhtar, S., Wardana, L. W., Wibowo, A., & Narmaditya, B. S. (2021). Does entrepreneurship education and culture promote students' entrepreneurial intention? The mediating role of entrepreneurial mindset. *Cogent Education*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/2331186X.2021.1918849>
- OECD. (2019). *Indonesia Education at a Glance*. 1–5. <https://www.oecd.org/education/education-at-a-glance/>
- Possner, P. A., & Tanaya, O. (2023). Enrichment: Journal of Management Exploring the business model canvas of mazars group: A comprehensive analysis. In *Enrichment: Journal of Management* (Vol. 13, Issue 5).
- Salwin, M., Jacyna-Gołda, I., Kraslawski, A., & Waszkiewicz, A. E. (2022). The use of business model canvas in the design and classification of product-service systems



design methods. *Sustainability*, 14(7), 4283.

Sibaliya, J., Barrett, D., Subasri, M., Bitacola, L., & Kim, R. B. (2021). Understanding value in a healthcare setting: An application of the business model canvas. *Methodological Innovations*, 14(3). <https://doi.org/10.1177/20597991211050477>

Supriyandi, & Yusuf, I. (2022). Strategic Business Development of Polosan Mas Ibing with the Business Model Canvas Approach. *International Conference on Economics, Management and Accounting (ICEMAC 2021)*, 164–179.