
Workshop Pelatihan Business Model Canvas Untuk Mahasiswa Tingkat Akhir dan Lulusan Baru

Mardiatul Jannah¹, A. Fauziah Yahya², Syarief Dienan Yahya³, Muhammad Taufan Gunawan⁴, Andi Tenri Pada⁵, A. Nurul Suci Amalia⁶

^{1,2,3,4,5,6}Institut Teknologi dan Bisnis Kalla

*Corresponding author, e-mail: jmardiatul@kallabs.ac.id.

Abstrak

Pelatihan kewirausahaan ini bertujuan untuk membekali mahasiswa tingkat akhir dan alumni baru Program Studi Teknik Perkapalan Universitas Hasanuddin dengan transversal skills yang akan meningkatkan peluangnya dalam mendapatkan pekerjaan. Keahlian wirausaha bukan lagi ilmu yang rumit didapatkan melainkan dapat diasah melalui pengalaman, pendidikan dan pelatihan. Pelatihan kewirausahaan pada generasi muda terutama mahasiswa menjadi salah satu langkah konkrit dalam mendorong lahirnya inovator dan wirausahawan masa depan. Pelatihan kewirausahaan tidak hanya meningkatkan literasi mahasiswa dalam dunia usaha melainkan juga meningkatkan kemampuan mahasiswa untuk berpikir "out of the box" agar dapat mengubah masalah menjadi peluang dan ide bisnis potensial. Oleh karena itu, pelatihan ini menjadi agenda penting terutama bagi mahasiswa tingkat akhir dan alumni baru agar dapat mengasah kemampuan dan menyiapkan diri memasuki dunia kerja. Pelatihan menekankan pentingnya entrepreneurial skill bukan hanya untuk menjalankan usaha namun juga dalam dunia kerja profesional. Pelatihan ini dikemas dalam kombinasi metode pembelajaran meliputi: ceramah, peragaan, latihan instruksi kerja, studi kasus, role-play, focus group discussion, dan in-tray dengan menggunakan tools kewirausahaan Business Model Canvas yang membuat sembilan elemen penting dalam menjalankan usaha hingga mendapatkan investor. Hasil dari pelatihan yang dilaksanakan dalam 2 hari menunjukkan tingginya minat mahasiswa untuk berwirausaha dengan munculnya ide bisnis yang kreatif dan inovatif di pelbagai bidang seperti restoran kuliner nusantara, platform edukasi, platform tour & travel, inovasi produk kerajinan daerah hingga fasyen berkelanjutan.

Kata Kunci: Business Model Canvas; Pelatihan Kewirausahaan; Role-Play; Soft Skills.

Abstract

The primary objective of this entrepreneurship workshop is to equip final-year students and new alumni of the Naval Engineering Study Program at Hasanuddin University with transversal skills that will increase their chances of securing employment. Entrepreneurial skills are no longer complex knowledge but can be developed through experience, education and training. Entrepreneurship training for younger generations, especially students, is a concrete step in encouraging the birth of future innovators and entrepreneurs. This training not only increases student literacy in the business world but also enhances their ability to think "out of the box" to turn problems into opportunities and potential business ideas. Therefore, this training is an essential agenda, especially for final-year students and new alumni, to develop their skills and prepare themselves to enter the world of work. The training emphasizes the importance of entrepreneurial skills not only for running a business but also in the world of professional work. This training is packaged in a combination of learning methods including lectures, demonstrations, work instruction exercises, case studies, role-play, focus group discussions, and in-tray using the Business Model Canvas entrepreneurship tool which creates nine crucial elements in running a business and attracting investors. The results of the two-day training program revealed that the participants demonstrated a keen interest in entrepreneurship. They presented a range of creative and innovative business ideas, spanning various industries, such as Indonesian culinary restaurants, educational platforms, tour and travel platforms, regional craft product innovations, and sustainable fashion.

Keywords: Business Model Canvas; Entrepreneurship training; Role-Play; Soft Skills.

How to Cite: Jannah, M. et al. (2024). Workshop Pelatihan Business Model Canvas Untuk Mahasiswa Tingkat Akhir dan Lulusan Baru. *Abdi: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 6(1), 25-33.



This is an open access article distributed under the Creative Commons Share-Alike 4.0 International License. If you remix, transform, or build upon the material, you must distribute your contributions under the same license as the original. ©2024 by author.

Pendahuluan

Kunci utama perkembangan ekonomi suatu negara adalah para inovator kreatif dan kewirausahaan. Keduanya adalah hal yang berkaitan erat karena inovator kreatif dan kewirausahaan merupakan karakter dan keahlian yang diperlukan dalam menjalankan usaha yang akan mendorong kegiatan ekonomi dan merupakan sumber kekuatan sebuah negara. Hal tersebut sejalan dengan teori kewirausahaan destruksi kreatif (*the creative destruction theory of entrepreneurship*) yang memandang wirausahawan sebagai inovator utama dan kewirausahaan adalah pendorong utama ekonomi, menciptakan pertumbuhan ekonomi melalui badai penghancuran kreatif (Schumpeter, 1947). Disamping itu, ketersediaan lapangan pekerjaan yang terbatas yang dipicu oleh kemajuan teknologi dan pertumbuhan populasi membuat pilihan untuk berwirausaha menjadi alternatif karier yang dapat ditempuh dimasa depan. Keahlian berwirausaha inilah yang menjadi salah satu keahlian prioritas untuk menstimulasi kreativitas (Pardo-Garcia & Barac, 2020) dan mendorong terciptanya inovator baru, baik untuk melanjutkan dan mengembangkan usaha yang sudah ada maupun untuk melahirkan usaha baru.

Keahlian berwirausaha bukan lagi ilmu yang rumit didapatkan melainkan dapat diasah melalui pengalaman, pendidikan dan pelatihan. Pelatihan kewirausahaan pada generasi muda terutama mahasiswa pada tingkat perguruan tinggi menjadi salah satu langkah konkrit dalam mendorong lahirnya inovator dan talenta wirausahawan masa depan. Pelatihan kewirausahaan yang dimaksud tidak hanya meningkatkan literasi mahasiswa dalam dunia usaha melainkan juga meningkatkan kemampuan mahasiswa dari beragam latar belakang sosial dan psikologi untuk berpikir “*out of the box*” agar dapat mengubah masalah menjadi peluang berupa inovasi dan ide bisnis potensial. Tidak hanya itu, dengan pelatihan kewirausahaan terjadi proses penanaman karakter wirausaha yang sangat dibutuhkan demi menciptakan generasi bangsa yang tangguh dan bertanggungjawab sosial. Oleh karena itu, pelatihan kewirausahaan menjadi agenda penting untuk membekali mahasiswa dengan *transversal skills* yang akan meningkatkan peluangnya dalam mendapatkan pekerjaan (Grecu & Denes, 2017) (Yorke, 2005). Pelatihan kewirausahaan juga mengasah bakat dan menggali potensi mahasiswa mengingat inovasi dan kreativitas generasi muda dewasa ini bahkan dapat melahirkan model bisnis baru yang potensial untuk dikembangkan.

Selanjutnya, dalam mengembangkan sebuah ide bisnis dibutuhkan pendekatan untuk mendefinisikan ide bisnis tersebut secara rinci dan sistematis. Dalam dunia kewirausahaan ide bisnis tersebut dapat dituangkan kedalam “*Business Model*”. Menurut Osterwalder & Pigneur (2010) model bisnis adalah sebuah alat untuk menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan dan menangkap nilai. Selanjutnya dalam perkembangan ilmu kewirausahaan kemudian dikenal *Business Model Canvas* (BMC) yaitu alat yang dapat digunakan untuk menyederhanakan konsep model bisnis yang kompleks untuk memudahkan organisasi atau pelaku bisnis dalam menganalisa, mendiskusikan dan mendesain model bisnis agar memperoleh pemahaman yang sama didalamnya sehingga dapat mengembangkan strategi bisnis yang sesuai dengan tujuan bisnis tersebut. *Business Model Canvas* memuat sembilan elemen dalam sembilan elemen yakni : Segmen Pelanggan (*Customer Segment*), Porsi Nilai (*Value Proposition*), Jaringan (*Channel*), Hubungan dengan Pelanggan (*Customer Relationship*), Aliran Dana (Revenue Stream), Sumber Daya Kunci (*Key Resources*), Kegiatan Inti (*Key Activities*), Kemitraan Kunci (*Key Partners*) (Osterwalder, Alexander ; Pigneur, 2010). Dengan pertimbangan pentingnya keahlian kewirausahaan sebagai *soft skill* dunia kerja masa depan maka pelatihan kewirausahaan pada mahasiswa tingkat akhir dan alumni baru Program Studi Teknik Perkapalan Universitas Hasanuddin menjadi agenda penting untuk meningkatkan peluang peserta dalam mendapatkan pekerjaan dan melahirkan kreativitas dan ide yang inovatif.

Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dirancang berlangsung selama dua hari yaitu Selasa- Rabu, 9-10 Agustus 2022. Adapun peserta yang terlibat dalam kegiatan ini merupakan mahasiswa tingkat akhir dan alumni baru Program Studi Teknik Perkapalan Universitas Hasanuddin sebanyak 50 orang yang berperan sebagai mitra dalam pengabdian ini. Selama pelaksanaan dua hari tersebut, kegiatan workshop didesain untuk fokus pada pemaparan materi dihari pertama (9 Agustus 2022) yaitu: Materi hari pertama mengenai “The Importance of Entrepreneurship”, kedua “*Determining the problem and market segmentation*”, ketiga

mengenai “Unique Value Of The Product, Relationship and Building Distribution Channels”, ke-empat “Key Partner, Activities and Key Resources of Business”, ke-lima “Costs and revenues in Business”. Sedangkan di hari ke-dua, 10 Agustus 2022, dilanjutkan dengan sesi focus group discussion and preparing business presentation dan business pitching and investing role play scenario. Pada tahap pelaksanaan pengabdian, tim pengabdian yang terdiri dari enam orang dosen masing-masing menjadi fasilitator dan pemateri dalam beberapa materi inti. Kegiatan ini dikemas dalam metode yang dikombinasikan sebagai berikut: (a) Ceramah, dimana akan terdapat narasumber yang akan memberikan materi terkait topik tertentu untuk memperkaya ide/wawasan peserta dan memberikan umpan balik terhadap pertanyaan yang akan diajukan peserta pelatihan. Narasumber dari sesi ini adalah dosen Prodi Kewirausahaan Institute Teknologi dan Bisnis Kalla, Andi Fauziah Yahya, Andi Tenri Pada, Muhammad Taufan Gunawan dan Syarief Dienan Yahya. (b) Peragaan, peserta pelatihan akan diminta untuk melaksanakan instruksi tertentu dengan cara yang telah ditentukan oleh instruktur untuk kemudian dilakukan validasi bersama. Instruktur dalam sesi ini adalah Mardiatul Jannah dan A. Nurul Suci Amaliah. (c) Latihan instruksi Kerja, peserta diminta untuk melaksanakan tugas tertentu menggunakan alat/proses yang telah ditentukan oleh instruktur. Instruktur oleh Mardiatul Jannah dan A. Nurul Suci Amaliah. (d) Studi Kasus, peserta pelatihan akan diminta untuk menganalisis informasi dari data yang disediakan dan mengidentifikasi sebab dari sebuah permasalahan dan mengambil keputusan dalam rangka pemecahan permasalahan tersebut. (e) Role playing, peserta akan diminta untuk memainkan peran tertentu dalam sebuah skenario situasi yang telah disusun, selanjutnya peserta pelatihan akan diminta untuk menyelesaikan/ menarik kesimpulan secara kolektif. (f) Focus group discussion, peserta akan diminta untuk membahas topik tertentu dalam kelompok sesuai dengan instruksi. Pada sesi ini dipandu oleh Mardiatul Jannah dan A. Nurul Suci Amaliah.

In-tray, peserta akan diberikan tugas untuk menganalisis, mengambil keputusan dan Menyusun strategi dari sejumlah berkas, kajian, laporan tertentu untuk mengasah kemampuan manajerial dan analisa prioritas untuk menyimulasikan situasi kerja nyata bisnis.

Hasil dan Pembahasan

Zimmerer (1996) mendefinisikan kewirausahaan adalah suatu proses penerapan kreatifitas dan keinovasian dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan usaha. Teori lain menyatakan kewirausahaan merupakan proses penciptaan nilai melalui identifikasi, pengembangan, dan eksploitasi peluang bisnis seperti pengembangan produk baru atau mencari pasar baru atau keduanya (Shane, 2003).

Untuk memahami konteks keahlian wirausaha atau *entrepreneurial skill* terdapat klasifikasi yang dapat membedakan antara kewirausahaan yang terjadi di dalam perusahaan besar atau organisasi dengan kewirausahaan yang terjadi di tingkat individu atau startup independen. Pertama, “kewirausahaan korporat atau *corporate entrepreneurship*” merujuk pada kegiatan kewirausahaan yang dilakukan di dalam perusahaan besar atau organisasi yang sudah mapan. Dalam hal ini keahlian dimanfaatkan dalam pengembangan inovasi, penciptaan produk baru, atau penetrasi pasar baru oleh perusahaan yang sudah ada dan seringkali melibatkan struktur organisasi yang kompleks dan proses inovasi yang formal (Kuratko & Audretsch, 2013). Kedua, “Kewirausahaan murni atau *entrepreneurship*” yang mengacu pada kegiatan kewirausahaan yang dilakukan oleh individu atau kelompok kecil yang mendirikan bisnis baru atau *startup*. Didalamnya dilakukan identifikasi peluang bisnis, pengembangan model bisnis, pengambilan risiko, dan membangun perusahaan dari awal. Kewirausahaan murni cenderung merepresentasikan inti dari kewirausahaan karena melibatkan pengambilan risiko yang tinggi dan inovasi yang kuat dari pendiri atau *founder* bisnis (Shane & Venkatrama, 2000). Dengan memahami klasifikasi kedua konsep kewirausahaan ini dapat dipahami bahwa keahlian kewirausahaan bukan hanya dibutuhkan oleh mereka yang memiliki passion untuk membuka usaha baru dan berprofesi sebagai pengusaha melainkan keahlian kewirausahaan juga sangat dibutuhkan dalam dunia korporasi dimana seseorang dapat memberikan manfaat ide dan inovasinya pada kebutuhan perusahaan yang juga akan mengembangkan karir profesionalnya.

Pembekalan keahlian wirausaha bagi generasi muda terutama lulusan baru merupakan hal yang penting dalam mempersiapkan mereka memasuki pasar kerja yang kompetitif dan dinamis. Menurut (Robinson, Stimpson, Huefner & Hunt, 1991) bahwa sikap kewirausahaan merupakan prediktor yang kuat untuk membentuk perilaku kewirausahaan. Sikap yang dimaksud diantaranya pertama, “kemandirian dan inovasi” dalam hal ini mereka belajar untuk tidak hanya mencari pekerjaan, tetapi juga untuk menciptakan peluang kerja sendiri, mampu mengembangkan ide-ide baru, dan dapat menjalankan bisnis mereka sendiri. Kedua, “beradaptasi pada perubahan dan berorientasi pada peluang” dalam hal ini mereka belajar untuk beradaptasi dengan lingkungan bisnis yang dinamis dan mampu melihat perubahan yang terjadi sebagai peluang, bukan sebagai hambatan. Selanjutnya, “pengembangan keterampilan kritis” yang berarti keahlian

wirausaha melibatkan pengembangan berbagai keterampilan seperti kemampuan manajemen waktu, pemecahan masalah, komunikasi, dan kepemimpinan yang menuntun lulusan baru menjadi lebih fleksibel dan lebih siap menghadapi tantangan dalam karier mereka di masa depan.

Menimbang bahwa peserta yang terlibat dalam kegiatan ini merupakan mahasiswa tingkat akhir dan lulusan baru pada Departemen Teknik Perkapalan Universitas Hasanuddin, yang dalam hal ini peserta masih minim pemahaman terkait Business Model Canvas dan keahlian kewirausahaan maka dalam materi yang telah dirancang sedemikian rupa untuk meng-cover baik dari segi pemenuhan pemahaman terkait pentingnya berwirausaha dan juga praktik *Business Model Canvas* yang dilanjutkan pada kegiatan FGD dan simulasi *pitching* dan *investing role play scenario* sebelum ditutup dengan materi refleksi. Untuk lebih jelas, berikut uraian materi workshop antara lain:

Importance of Entrepreneurship

Materi pertama, 9 Agustus 2022 kegiatan ini dimulai dengan pembahasan terkait pentingnya berwirausaha, kontribusi kewirausahaan bagi Indonesia dan angka partisipasi wirausaha di Indonesia. Sebelum masuk pada materi inti, pada sesi ini mahasiswa diperkenankan untuk mengikuti pretest terlebih dahulu dimana soal yang ada pada pretest sebagai 28angkah awal mengetahui batas pemahaman peserta. Materi ini dibawakan langsung oleh ibu Andi Fauziah Yahya selaku ketua Prodi Kewirausahaan, pada sesi ini beliau berfokus pada metode ceramah interaktif karena sifat dari materi yang masih seputar teori dan gambaran terkait pentingnya berwirausaha. Pada materi ini disajikan materi terkait minimnya keterampilan kewirausahaan yang membuat Indonesia sulit mencetak pengusaha hingga 4% yang menjadi target dari program kewirausahaan nasional. Selain itu, materi terkait apa hal mendasar yang membedakan seorang pedagang dan wirausaha, pentingnya kreativitas dalam mendukung kemampuan mencipta sesuatu ataupun dalam hal gagasan baru serta materi terkait soft skill yang dibutuhkan pada tahun 2030 versi Deloitte ([Deloitte Global Business Coalition for Education, 2018](#)). Pada sesi ini peserta dapat mengetahui pentingnya keahlian wirausaha dan bagaimana keahlian tersebut dapat mengantarkan peserta pada peluang bisnis yang inovatif di masa depan. Selain itu dari materi yang diberikan peserta dapat memahami bagaimana konsep kewirausahaan yang benar dan menunjukkan sikap yang antusias untuk melanjutkan sesi berikutnya.



Gambar 1. Pemaparan Materi *Importance of Entrepreneurship*

Pada akhir sesi ini, mahasiswa dibagi menjadi lima kelompok berdasarkan warna sticky note yang diselip dalam modul dan kemudian masing-masing kelompok akan diundi untuk menentukan jenis bisnis yang akan dikembangkan sesuai dengan ruang lingkup bisnis yang telah ditentukan oleh fasilitator, ruang lingkup bisnis yang dimaksud meliputi *Tourism, F & B, IT, Creative Industry & Garmen*. Sebelum lanjut ke sesi berikutnya, mahasiswa telah diperkenankan untuk membentuk lingkaran diskusi sesuai dengan kelompoknya masing-masing.

Determining the problem and market segmentation

Sesi kedua, ini memfokuskan para peserta untuk mulai menemukan ide bisnis yang akan dikembangkan berbasis dari masalah yang ditemukan di sekitar. Materi ini dibawakan oleh salah satu dosen prodi Kewirausahaan dan juga praktisi dalam dunia berwirausaha bapak Muhammad Taufan Gunawan yang mana dalam materinya menjadikan masalah sebagai kunci dan menemukan masalah yang tepat adalah awal mula dari bisnis yang akan dijalankan. Peluang bisnis terbaik adalah yang ditemukan melalui pendekatan *human-centric* dan memberikan solusi akan masalah yang dihadapi masyarakat ([Bland & Osterwalder, 2020](#)). Pada sesi ini, mahasiswa diberikan pemahaman bagaimana menemukan masalah di lingkungan sekitar dengan menggunakan metode *pain-plan-do-review*.

Selain materi terkait bagaimana menemukan masalah yang tepat untuk dikembangkan menjadi ide bisnis, pada sesi ini sekaligus mahasiswa dibekali pemahaman terkait bagaimana menentukan target pasar dari produk/jasa yang akan dikembangkan dari masalah yang telah ditemukan. Pada sesi ini mahasiswa diberikan pengetahuan terkait apa saja penggolongan karakteristik dari pelanggan yang perlu diketahui agar produk/jasa yang dibuat akan tepat sasaran. Dari materi yang dipaparkan ada tiga variabel penting dalam menentukan karakteristik konsumen diantaranya berdasarkan kondisi geografis, demografis dan psikografi. Akhir dari sesi ini para peserta diminta untuk langsung mendiskusikan masalah yang akan menjadi cikal bakal bisnis yang akan mereka kembangkan serta siapa saja yang akan menjadi target konsumen. Masing-masing anggota kelompok menyusun rencana implementasi materi dalam bisnis yang akan dibuat dan menempelkan hasilnya di BMC Board menggunakan warna sticky note masing-masing. Sesi ini memberikan pemahaman terkait penentuan target pasar dari bisnis dan berdampak positif dengan tingkat keterlibatan peserta yang secara aktif berdiskusi dengan kelompok masing-masing menguraikan ide bisnis mereka pada *tools* business model canvas yang diberikan.



Gambar 2. Diskusi peserta terkait Determining the problem and market segmentation

Unique Value Of The Product, Relationship and Building Distribution Channels

Pada sesi ketiga ini berfokus pada materi bagaimana menentukan dan menemukan nilai unik dari produk/jasa yang akan dipasarkan, nilai unik atau *value proposition* akan menjadi pembeda produk yang akan dikembangkan dan produk yang telah ada sebelumnya. Nilai unik produk pada materi ini menjadi kunci keunggulan bersaing terhadap bisnis yang akan dikembangkan (Payne et al., 2020). Dalam materi nilai unik yang disampaikan oleh pemateri pada sesi ini terdapat tiga kunci dalam menemukan keunikan pada produk yang akan dipasarkan diantaranya apa yang pelanggan butuhkan, apa yang menjadi kesulitan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya serta apa yang menjadi tolok ukur pelanggan dalam memenuhi kebutuhan mereka. Jawaban dari permasalahan yang kita temukan harapannya memiliki nilai unik tersendiri dan harus dipastikan dapat menyelesaikan masalah pelanggan.

Selain materi terkait nilai unik produk, pada sesi ini juga dipaparkan terkait materi saluran distribusi dan bagaimana membangun hubungan dengan pelanggan. Dalam materi yang disampaikan, terdapat beberapa fase yang harus diperhatikan dalam proses pendistribusian informasi terkait barang/jasa yang kita tawarkan, fase tersebut diantaranya *awareness, evaluation, purchase, delivery* dan *after sales*. Sedangkan dalam membangun relasi dengan pelanggan harus dimulai dengan memahami tipe-tipe relasi pelanggan yang cocok untuk diterapkan dalam bisnis yang akan dirintis, tipe relasi pelanggan yang dimaksud diantaranya; *Personal Assistance, dedicate personal assistance, self service, automated service, communities, dan co-creation*.

Sama seperti sesi sebelumnya, di akhir sesi ketiga ini mahasiswa diminta untuk Kembali berdiskusi terkait nilai unik produk yang akan mereka tawarkan, saluran distribusi apa saja yang akan digunakan serta bagaimana mereka dalam membangun relasi terhadap pelanggan. Hasil dari diskusi tersebut di tuliskan dalam *sticky note* sesuai warna kelompok kemudian salah satu perwakilan kelompok akan menempelkan *sticky note* pada BMC Board yang telah disediakan oleh fasilitator.



Gambar 3. Diskusi peserta terkait *Unique Value Of The Product, Relationship And Building Distribution Channels*

Key Partner, Activities and Key Resources of Business

Materi pada sesi ini dibawakan langsung oleh Ibu Andi Tenri Pada salah satu dosen kewirausahaan di Institut Teknologi dan Bisnis Kalla, pada sesi ini berfokus pada elemen kunci dari dapur sebuah bisnis diantaranya ada sumber daya kunci atau key resources yang dalam penyampaian pemateri elemen ini terbagi menjadi 4 kategori yaitu, Fisik yang terdiri dari gedung, kendaraan, mesin, dan jaringan distribusi. Intelektual yang diantaranya berupa merek, pengetahuan spesialis, paten, dan hak cipta. SDM merupakan Orang-orang yang akan menjadi sumber daya utama, terutama untuk perusahaan di industri kreatif atau pengetahuan yang intensif, serta sumber daya Keuangan yang bisa diperoleh dengan Jalur kredit, saldo tunai dan lainnya

Bukan hanya sumber daya kunci, pada materi ini juga berfokus pada aktivitas kunci yakni aktivitas apa saja yang wajib dilakukan dalam menjalankan bisnis, Semua aktivitas yang berhubungan dengan produktivitas bisnis, berkaitan dengan sebuah produk, di mana kegiatan utamanya adalah menghasilkan proposisi nilai. Aktivitas bisnis yang dimaksud tergantung dari

bentuk bisnis yang dijalankan, misal pada bisnis yang bergerak pada bidang produksi Adapun yang menjadi aktivitas kuncinya adalah desain, pembuatan dan penyaluran produk, berbeda lagi jika bentuk bisnis yang dijalankan berorientasi pada jasa dan penyedia jasa platform, riset konsumen, pengembangan produk, hingga distribusi melalui kanal yang dipilih merupakan beberapa contoh dari aktivitas suatu bisnis



Gambar 4. Penyampaian Materi dan Simulasi oleh pemateri

Selain dari itu, pada sesi yang dibawakan oleh ibu Andi Tenri Pada ini juga menyampaikan materi terkait Key partner yang merupakan orang berasal dari luar organisasi/perusahaan yang bisa membuat kita memiliki key resources, key activities dan menjaga agar value produk bisa sampai ke pelanggan. Mengidentifikasi Key Partnership penting untuk dilakukan agar bisnismu bisa bekerja sama dengan pihak lain untuk mengurangi risiko dan bisa mendapatkan sumber daya baru.

Pada akhir sesi materi ini, masing-masing kelompok diberikan kesempatan untuk Latihan instruksi kerja sama seperti sesi sebelumnya. Diawali dengan diskusi kelompok dan masing-masing perwakilan akan menempelkan hasil diskusi yang telah dituangkan pada sticky note ke BMC Board yang telah disediakan.

Costs and revenues in Business

Materi terakhir di hari pertama dibawakan oleh bapak Syarief Dienan Yahya terkait klasifikasi biaya dan jenis pendapatan yang bisa diperoleh dalam bisnis yang dijalankan, pada sesi ini peserta diberikan pemahaman terkait bagaimana mengidentifikasi dan mengklasifikasi biaya apa saja yang dibutuhkan untuk menjalankan roda bisnis, apa saja yang tergolong dalam biaya tetap dan biaya variable serta pentingnya peran dari klasifikasi biaya ini untuk efektifitas dan efisiensi bisnis yang dijalankan.

Pada materi ini juga disampaikan apa yang dimaksud dengan revenue yakni jumlah masukan yang didapat atas jasa yang diberikan oleh perusahaan yang bisa meliputi penjualan produk dan atau jasa kepada pelanggan. Pemateri menyederhanakan revenue sebagai jumlah uang yang masuk ke perusahaan, dan memberikan pemahaman terkait perbedaan revenue, sales dan income dimana kesimpulannya income adalah bagian dari sales, sales adalah bagian dari Revenue. Pada kesempatan ini juga, pemateri memperkenalkan apa itu business cashflow dan memperagakan analisis financial feasibility menggunakan payback period analysis.

Setelah semua materi dianggap telah selesai dibawakan oleh beberapa fasilitator, diakhir pertemuan khususnya dihari pertama ditutup dengan refleksi materi yang dibawakan oleh ibu Andi Tenri Pada, kemudian workshop diambil alih oleh panitia yang terlibat untuk mengingatkan Kembali hal yang harus dipersiapkan untuk kegiatan workshop dihari berikutnya.

Focus Group Discussion and Preparing Business Presentation

Sesi ini berlangsung dihari kedua pelaksanaan workshop, peserta yang telah dibentuk dalam beberapa kelompok pada hari sebelumnya akan melanjutkan diskusi yang berkaitan dengan bisnis yang akan mereka kembangkan. Pada sesi ini, para peserta diberikan waktu untuk melanjutkan ide bisnis yang ditawarkan pada sesi sebelumnya atau memilih untuk mendiskusikan ide baru yang akan dikembangkan. Setelah diskusi penetapan ide telah dilangsungkan, peserta diberikan template power point untuk kebutuhan presentasi pada sesi pitching. Materi yang akan dipresentasikan mulai dari latar belakang bisnis yang dikembangkan, elemen dari Business model canvas dan analisis payback period dari bisnis yang akan dijalankan. Pada sesi ini, setiap fasilitator melakukan pendampingan secara langsung kepada peserta workshop sekaligus merefleksikan materi-materi yang telah diberikan dihari pertama pelaksanaan kegiatan. Sebelum sesi ini berakhir, forum diambil alih oleh Mardiatul Jannah dan Andi Nurul Suci sebagai perwakilan dosen yang akan memandu jalannya pitching dan investing role play scenario. Pada sesi ini, peserta dibekali masing-masing uang mainan sebesar Rp1.000.000 yang akan digunakan untuk kebutuhan scenario investasi disesi selanjutnya.



Gambar 5. Focus Group Discussion and Preparing Business Presentation

Business Pitching and Investing Role Play Scenario

Business pitching dan investing role play scenario menjadi puncak acara dari seluruh rangkaian kegiatan workshop yang telah berlangsung selama dua hari. Pendekatan role play dan gamification ini dilakukan untuk meningkatkan motivasi mahasiswa, dan penyerapan/pemahaman akan materi yang dibawakan (Topirceanu, 2017). Pada sesi business pitching setiap perwakilan kelompok akan mempresentasikan ide bisnis yang mereka akan kembangkan dan berusaha untuk menarik minat para peserta dan juga fasilitator yang kala itu berperan sebagai investor. Total terdapat 5 ide bisnis yang berhasil dikembangkan dan mewakili jenis-jenis bisnis yang ada meliputi *Tourism, F&B, IT, Creative Industry & Garmen*.



Gambar 6. Pitching Business oleh peserta

Diakhir sesi pitching business, para peserta yang terdiri dari berbagai kelompok berkesempatan untuk melakukan investasi langsung sesuai dengan mother box kelompok yang telah tampil, peserta tidak diperkenankan untuk berinvestasi pada kelompoknya sendiri. Setelah sesi investing role play sesama peserta kegiatan telah dilangsungkan, maka dilanjutkan pada sesi live scoring investment yang mana pada sesi ini setiap kelompok dapat memantau secara langsung total investasi yang diperoleh baik dari peserta maupun dari fasilitator yang bertindak sebagai investor. Dari kelima jenis bisnis yang berhasil dikembangkan, ide bisnis yang berkaitan dengan *F&B* memperoleh nilai investasi terbanyak, disusul oleh kelompok bisnis yang bergerak dibidang *tourism, creative industry, IT dan garmen*.



Gambar 7. Investing Role Play Scenario

Setelah seluruh rangkaian kegiatan dihari kedua telah berlangsung, forum diambil alih oleh ibu Andi Fauziah Yahya untuk memberikan refleksi dan motivasi berbisnis sekaligus memberikan penghargaan kepada peserta yang dianggap paling berkontribusi dari segi keaktifan selama berlangsungnya workshop. Sebelum kegiatan ditutup langsung oleh perwakilan panitia kegiatan dari Departemen Teknik Perkapalan UNHAS, para peserta diberikan link post test dan link evaluasi sebagai bahan refleksi bagi fasilitator untuk kegiatan selanjutnya.

Kesimpulan

Workshop Pelatihan Business Model Canvas yang ditujukan untuk Mahasiswa Tingkat Akhir dan Lulusan Baru Departemen Teknik Perkapalan Universitas Hasanuddin merupakan salah satu dari rangkaian pencapaian Indikator Kinerja Utama (IKU) perguruan tinggi khususnya pada poin satu terkait proyeksi lulusan yang mendapat pekerjaan layak. Workshop ini diharapkan dapat membekali mahasiswa akhir dan lulusan baru terkait bagaimana untuk memulai sebuah bisnis sebagai salah satu alternatif pekerjaan karena mengingat melimpahnya penawaran kerja yang tidak sebanding dengan permintaan tenaga kerja, sehingga harapannya para peserta tidak hanya menggantungkan nasib pada bidang pekerjaan yang bersifat korporasi dan sesuai bidangnya melainkan bisa memilih jalan berwirausaha sebagai salah satu pilihan pekerjaan yang memiliki prospek berkelanjutan. Dengan berbagai rangkaian kegiatan mulai dari pengenalan pentingnya berwirausaha, penjelasan terkait sembilan elemen pada business model canvas, simulasi pitching business

hingga skenario investasi yang dilakukan tersebut diharapkan mampu memberikan gambaran kepada para peserta terkait bagaimana memulai sebuah usaha sampai mendapatkan investor.

Hasil dari pelatihan yang dilaksanakan menunjukkan tingginya minat mahasiswa untuk berwirausaha serta meningkat sisi kreativitas mereka yang dibuktikan dengan munculnya ide bisnis yang inovatif di pelbagai bidang seperti restoran kuliner nusantara, platform edukasi, platform tour & travel, inovasi produk kerajinan daerah hingga fasyen berkelanjutan sesuai dengan tema yang diusung dalam workshop ini. Program pelatihan ini berhasil melibatkan siswa dan menumbuhkan jiwa kewirausahaan mereka. Ide-ide yang disampaikan merupakan indikasi pemahaman peserta mengenai tren pasar saat ini dan kemampuan mereka untuk mengidentifikasi kesenjangan di pasar. Kemampuan siswa untuk mengembangkan dan mengartikulasikan ide-ide mereka mencerminkan potensi mereka sebagai pemimpin bisnis masa depan. Secara keseluruhan, program pelatihan ini efektif dalam menumbuhkan budaya inovasi dan kewirausahaan di kalangan mahasiswa.

Kedepannya diharapkan kegiatan PKM seperti ini dapat berlanjut dengan peserta yang berbeda dan mewakili berbagai lapisan masyarakat agar kita dapat berkontribusi dalam peningkatan angka partisipasi kewirausahaan di Indonesia yang secara tidak langsung juga akan mempengaruhi pendapatan nasional negara yang implikasinya berlanjut pada peningkatan kesejahteraan masyarakat. Sebagai saran pengembangan, fasilitator kegiatan PKM juga dapat menambah bidang bisnis lainnya atau tidak membatasi pilihan bidang bisnis sehingga peserta mendapat pilihan bidang bisnis yang lebih luas lagi. Selain itu, terkait metode pelaksanaan yang juga sangat memengaruhi partisipasi peserta, tentunya diharapkan adanya inovasi metode pelaksanaan yang lebih baik kedepannya.

Daftar Pustaka

- Bland, D. J., & Osterwalder, A. (2020). *Testing Business Ideas*. John Wiley & Sons, Inc.
- Armstrong, K. et al. (2018). Preparing tomorrow's workforce for the Fourth industrial revolution for business: A framework for action. London: Deloitte & The Global Business Coalition for Education.
- Greco, V., & Denes, C. (2017). Benefits of entrepreneurship education and training for engineering students. *MATEC Web of Conferences*, 121, 1–7. <https://doi.org/10.1051/mateconf/201712112007>
- Kuratko, D. F., & Audretsch, D. B. (2013). Clarifying the domains of corporate entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 9(3), 323–335. <https://doi.org/10.1007/s11365-013-0257-4>
- Osterwalder, Alexander ; Pigneur, Y. (2010). Canvas. *Selvedge* (Issue 59). <https://doi.org/10.2307/j.ctvh9vtn3.17>
- Pardo-Garcia, C., & Barac, M. (2020). Promoting employability in higher education: A case study on boosting entrepreneurship skills. *Sustainability (Switzerland)*, 12(10), 1–23. <https://doi.org/10.3390/SU12104004>
- Payne, A., Frow, P., Steinhoff, L., & Eggert, A. (2020). Toward a comprehensive framework of value proposition development: From strategy to implementation. *Industrial Marketing Management*, 87(1), 244-255.
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2022 Tentang Pengembangan Kewirausahaan Nasional Tahun 2021 -2024.
- Robinson, P. B., Stimpson, D. V., Huefner, J. C., & Hunt, H. K. (1991). An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. *Entrepreneurship theory and practice*, 15(4), 13-32.
- Schumpeter, J. A. (1947). The Creative Response in Economic Theory. *The Journal of Economic History*, 7(2), 149–159. <https://www.jstor.org/stable/2113338>
- Shane and Venkatarama. (2000). Shane and Venkataraman 2000. *Academy Of Management Freview*, 25(1), 217–226.
- Shane, S. A. (2003). A general theory of entrepreneurship: The individual-opportunity nexus. Northampton: Edward Elgar Publishing.
- Topirceanu, A. (2017). Gamified Learning: A Role-Playing Approach To Increase Student In-Class Motivation. *Procedia Computer Science*, 112(1), 41–50.
- Yorke, M. (2005). Employability In Higher Education: What It Is – What It Is Not. *Learning & Employability*, 1(1), 24.
- Zimmerer, T. W. (1996). *Entrepreneurship and New Venture Formation*. Prentice Hall