

PENINGKATAN PENGETAHUAN SISWA SMK FARMASI TENTANG BUSINESS MODEL CANVAS MELALUI PELATIHAN DAN SIMULASI ANALISIS BISNIS

Wahyu Priyo Legowo*, Revika Rachmaniar, Pupung Ismayadi, Yola Desnera Putri, Rival Ferdiansyah

Departemen Farmasetika, Sekolah Tinggi Farmasi Indonesia, Bandung, Jawa Barat

*Korespondensi: wahyupriyo@stfi.ac.id

ABSTRACT

Limited knowledge of business planning remains a major challenge for graduates of Vocational High School of Pharmacy (SMK Farmasi) who are interested in starting independent businesses. The lack of adequate business analysis skills often hinders their ability to design structured and sustainable entrepreneurial strategies. This study aims to improve pharmacy vocational students' understanding of the Business Model Canvas (BMC), a practical framework for developing business models. The program was conducted at SMK Farmasi Bumi Siliwangi Bandung in May 2024, involving 62 students from grades X, XI, and XII. The intervention consisted of lectures on fundamental BMC concepts, group discussions, and case-based simulations relevant to the pharmaceutical field. Evaluation was carried out using a 20-item questionnaire based on a 5-point Likert scale, which had been tested for validity ($r > 0.3$) and reliability (Cronbach's Alpha = 0.82). The results showed a significant improvement in students' knowledge, with the average pretest score of 45.3 ($SD = 6.2$) increasing to 78.1 ($SD = 5.8$) in the posttest, representing a 72.4% increase ($p < 0.05$). These findings indicate that BMC training and simulation are effective in enhancing entrepreneurial knowledge among pharmacy vocational students. The program has the potential to serve as a practical entrepreneurship learning model for vocational schools, preparing graduates to become more competent and entrepreneurship-oriented.

Keywords: Business Model Canvas, Entrepreneurship, Sekolah Menengah Kejuruan

ABSTRAK

Keterbatasan pengetahuan tentang perencanaan bisnis masih menjadi salah satu tantangan utama bagi lulusan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Farmasi yang memiliki minat untuk memulai usaha mandiri. Minimnya bekal analisis bisnis dapat menghambat kemampuan mereka dalam menyusun strategi kewirausahaan yang terarah dan berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman siswa SMK Farmasi mengenai konsep *Business Model Canvas* (BMC) sebagai salah satu kerangka kerja yang praktis dalam merancang model bisnis. Kegiatan dilaksanakan di SMK Farmasi Bumi Siliwangi Bandung pada bulan Mei 2024 dengan melibatkan 62 siswa dari kelas X, XI, dan XII. Metode yang digunakan mencakup penyuluhan materi, diskusi kelompok, serta simulasi berbasis studi kasus yang relevan dengan bidang farmasi. Evaluasi dilakukan menggunakan kuesioner sebanyak 20 item berbasis skala Likert 1–5, yang telah diuji validitas (r hitung $> 0,3$) dan reliabilitas (Cronbach's Alpha = 0,82). Hasil pengukuran menunjukkan adanya peningkatan signifikan dari rata-rata skor pretest sebesar 45,3 ($SD=6,2$) menjadi 78,1 ($SD=5,8$) pada posttest, dengan persentase peningkatan 72,4% ($p < 0,05$). Temuan ini menegaskan bahwa pelatihan dan simulasi BMC efektif dalam memperkuat pengetahuan kewirausahaan siswa. Program ini berpotensi menjadi model pembelajaran kewirausahaan berbasis praktik yang dapat diadopsi di lingkungan SMK untuk menyiapkan lulusan yang lebih kompeten dan siap berwirausaha.

Kata kunci: Business Model Canvas, kewirausahaan, SMK Farmasi

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi, wirausaha mandiri menjadi salah satu kompetensi kunci untuk meningkatkan daya saing individu. Kemampuan berwirausaha tidak hanya menciptakan lapangan kerja bagi diri sendiri, tetapi juga membuka peluang kerja bagi orang lain (Elert et al., 2014). Namun, lulusan SMK, termasuk SMK Farmasi, sering menghadapi keterbatasan pengetahuan dalam analisis bisnis sehingga kesulitan menyusun rencana usaha yang sistematis. Menurut Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010) dijelaskan bahwa *Business Model Canvas* (BMC) merupakan kerangka analisis

yang sederhana namun komprehensif, terdiri dari sembilan elemen utama: segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, hubungan pelanggan, arus pendapatan, sumber daya utama, aktivitas utama, mitra utama, dan struktur biaya. Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penerapan BMC mampu meningkatkan pemahaman kewirausahaan siswa SMK (Rahmi et al., 2020; Hutasuhut et al., 2020). Di SMK Farmasi Bumi Siliwangi Bandung, mayoritas siswa berminat membuka usaha mandiri seperti apotek komunitas atau produk herbal, namun belum memiliki pemahaman memadai terkait analisis bisnis. Hal ini menjadi dasar perlunya intervensi berupa pelatihan BMC sebagai upaya membekali siswa dengan keterampilan kewirausahaan praktis.

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) dalam menggunakan Business Model Canvas (BMC) sebagai alat analisis bisnis. BMC, yang terdiri dari sembilan elemen utama (segmentasi pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, hubungan pelanggan, arus pendapatan, sumber daya utama, aktivitas utama, mitra utama, dan struktur biaya), merupakan pendekatan visual untuk membantu siswa memahami dan merancang model bisnis dengan lebih sistematis dan praktis. Pemahaman yang mendalam terhadap BMC dapat membantu siswa SMK menjembatani pengetahuan teoretis dengan aplikasi praktis, mempersiapkan mereka untuk menghadapi tantangan dunia usaha dan industri. Sebagai contoh, pelatihan berbasis BMC telah terbukti meningkatkan kompetensi kewirausahaan siswa SMK melalui perancangan rencana bisnis yang terstruktur, memberikan wawasan lebih baik tentang dinamika pasar, serta membangun pola pikir kewirausahaan (Rahmi et al., 2020). Dengan program BMC ini diharapkan dapat memungkinkan siswa untuk memahami berbagai aspek bisnis secara menyeluruh, termasuk hubungan antara sumber daya dan proposisi nilai yang ditawarkan kepada pelanggan. Sebuah studi menunjukkan bahwa penggunaan BMC dalam pendidikan kewirausahaan di SMK dapat meningkatkan minat dan kemampuan siswa dalam merancang bisnis yang sesuai dengan kebutuhan pasar lokal (Hutasuhut et al., 2020), dan membantu siswa mengidentifikasi peluang bisnis serta mengembangkan strategi untuk menghadapi tantangan di dunia usaha. Contohnya, program pelatihan di SMKN Jakarta yang mengintegrasikan BMC ke dalam pembelajaran menunjukkan bahwa metode ini dapat meningkatkan pemahaman siswa terhadap berbagai segmen pasar, saluran distribusi, serta struktur biaya bisnis yang efektif (Wahjusaputra et al., 2019).

Penguasaan terhadap BMC tidak hanya membantu siswa memahami perencanaan bisnis, tetapi juga diharapkan dapat menumbuhkan jiwa kewirausahaan yang relevan dengan tuntutan dunia kerja saat ini. Hal ini sejalan dengan Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2010 yang menekankan pentingnya pendidikan kewirausahaan dalam kurikulum. Selain itu, program ini mendukung inisiatif global untuk membekali generasi muda dengan keterampilan abad ke-21, seperti kemampuan analitis, kolaborasi, dan adaptabilitas (*World Economic Forum*, 2020). Dengan demikian, program pengabdian ini memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kesiapan siswa SMK untuk bersaing di era modern, baik sebagai tenaga kerja yang kompeten maupun sebagai wirausahawan yang inovatif. Diharapkan, langkah ini menjadi inspirasi untuk mengintegrasikan BMC dan konsep kewirausahaan lainnya dalam pembelajaran formal di SMK.

METODE

Penelitian ini menggunakan rancangan pengabdian kepada masyarakat berbasis pelatihan interaktif. Dilakukan di SMK Farmasi Bumi Siliwangi Bandung, pada bulan Mei 2024. Peserta berjumlah 62 siswa kelas X (n=19), XI (n=18), dan XII (n=25), rentang usia 15–18 tahun. Penyampaian materi secara teori mengenai pemahaman kewirausahaan dan komponen-komponen dalam BMC, seperti *value propositions* (nilai tambah produk atau jasa), *customer segments* (segmen pelanggan), *channels* (saluran distribusi), *customer relationships* (hubungan dengan pelanggan),

revenue streams (sumber pendapatan), *key resources* (sumber daya utama), *key activities* (aktivitas utama), *key partnerships* (kemitraan utama), dan *cost structure* (struktur biaya). Setelah memahami teori, siswa dilibatkan dalam diskusi kelompok dan simulasi. Dalam sesi ini, siswa diberi studi kasus yang berkaitan dengan bidang farmasi, seperti merancang model bisnis untuk apotek berbasis komunitas atau produk kesehatan herbal. Siswa diajak untuk mengidentifikasi masalah, merumuskan solusi, dan menyusun BMC berdasarkan situasi yang disajikan. Pendekatan ini dirancang untuk meningkatkan keterampilan berpikir kritis, analitis, dan kreatif dalam memahami konsep bisnis secara mendalam. Kegiatan diakhiri dengan pengisian kuesioner intuk mengevaluasi pemahaman akhir siswa terhadap materi yang diberikan dan di analisis dengan menilai pemahaman dengan Instrumen berupa kuesioner berjumlah 20 item dengan skala *Likert* 1–5, skala Likert adalah salah satu metode pengukuran dalam kuesioner untuk mengetahui sikap, pendapat, atau tingkat pengetahuan responden terhadap suatu pernyataan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari pengabdian kepada masyarakat dihadiri 62 orang siswa/i SMK Farmasi Bumi Siliwangi Bandung dalam rentang umur 15 sampai dengan 18 tahun. Peserta menyimak materi tentang kewirausahaan dan *Business Model Canvas* (BMC) yang disampaikan oleh narasumber seperti terlihat pada Gambar 1. Setelah sesi pemaparan materi, selanjutnya sesi diskusi dan pembagian kelompok kecil untuk melakukan simulasi penyusunan strategi kewirausahaan dan *Business Model Canvas* (BMC) terkait dengan produk farmasi yang terlihat pada gambar 2, peserta berkesempatan untuk bertanya kepada narasumber seputar kewirausahaan dan *Business Model Canvas* (BMC). Sebelum penutupan, dilakukan pembagian doorprize bagi peserta yang aktif bertanya pada sesi diskusi. Selama webinar, peserta mengisi kuesioner tentang *Business Model Canvas* (BMC).



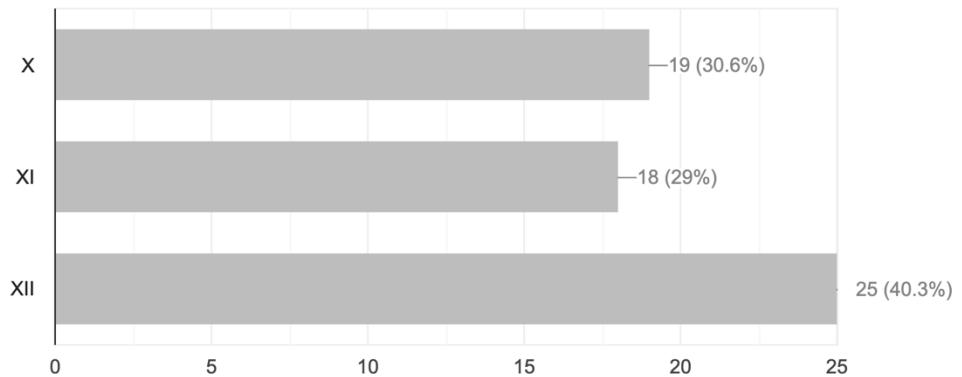
Gambar 1. Pemberian penyuluhan siswa/i SMK Farmasi Bumi Siliwangi

**Gambar 2.** Simulasi Penyusunan Strategi kewirausahaan dan BMC

Peserta merupakan siswa/i SMK Farmasi Bumi Siliwangi Bandung dalam rentang umur 15 sampai dengan 18 tahun dengan kategori kelas X, XI, dan XII, sebaran peserta terlihat pada gambar 3.

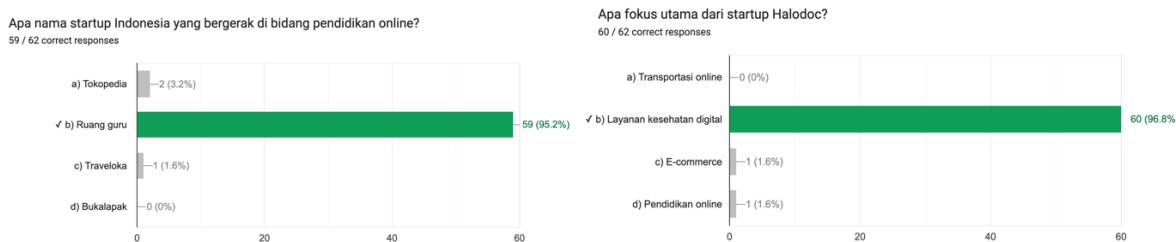
Kelas

0 / 62 correct responses

**Gambar 3.** Gambaran peserta materi Kewirausahaan dan BMC

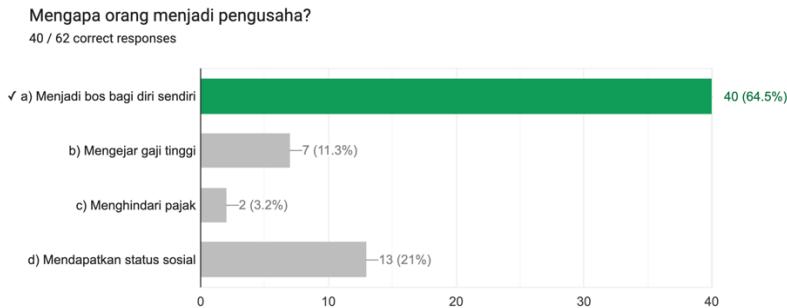
Hasil kuesioner kepada peserta menunjukkan bahwa lebih dari 95% siswa mengetahui, memahami cara kerja, dan menggunakan aplikasi-aplikasi startup di Indonesia, seperti di bidang kesehatan (Halodoc), transportasi (Gojek), e-commerce, hingga pendidikan (Ruangguru). Hal ini membuktikan bahwa generasi muda, khususnya siswa SMK, sudah memiliki tingkat literasi digital yang tinggi dan adaptasi yang baik terhadap perkembangan teknologi digital. Selain itu, hal ini mencerminkan bahwa siswa SMK tidak hanya menjadi konsumen teknologi, tetapi juga memiliki potensi untuk memahami model bisnis yang diterapkan oleh startup tersebut. Dengan adanya pengetahuan ini, mereka dapat lebih mudah mengaplikasikan konsep Business Model Canvas (BMC)

dalam merancang dan menganalisis model bisnis yang relevan dengan kebutuhan pasar. Kemampuan ini menjadi modal penting dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan, mendukung inisiatif digitalisasi, dan meningkatkan daya saing mereka di era Revolusi Industri 4.0. Hasil tersebut tergambar dalam gambar 4.



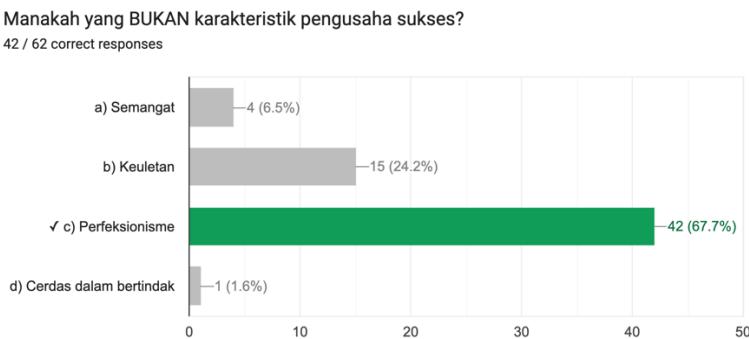
Gambar 4. Gambaran peserta terkait pengetahuan aplikasi startup di Indonesia

Menurut (Goleman 2000), kepemimpinan yang efektif tidak hanya bergantung pada kemampuan memimpin orang lain, tetapi juga pada kemampuan memimpin diri sendiri. Kepemimpinan diri sendiri adalah kemampuan individu untuk mengatur dan memotivasi diri sendiri guna mencapai tujuan yang diinginkan. Hal ini berkaitan dengan konsep *self-efficacy* atau keyakinan diri seseorang dalam kemampuan untuk menyelesaikan tugas dan menghadapi tantangan (Bandura, 1997). Dalam kuesioner, 64,5 % peserta memahami bahwa menjadi bos atau pemimpin bagi diri sendiri adalah alasan utama seseorang memulai usaha. Hal ini menunjukkan pentingnya otonomi dan pengendalian diri dalam kewirausahaan. Hasil kuesioner ditunjukkan pada gambar 5.

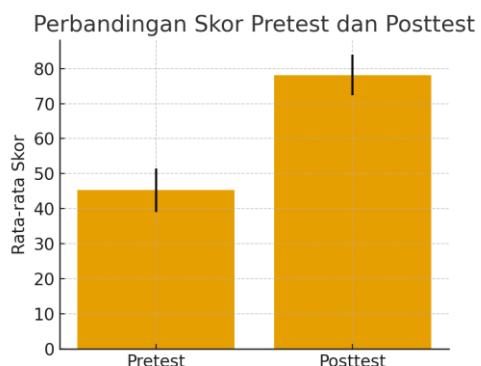


Gambar 5. Kuesioner alasan seseorang menjadi pengusaha

Perfeksionisme sering kali dianggap sebagai penghambat dalam proses kreatif dan pengambilan keputusan. Menurut teori *adaptive perfectionism* dan *maladaptive perfectionism* (Frost et al., 1990), perfeksionisme adaptif dapat memotivasi individu untuk menetapkan standar tinggi dan mencapai tujuan, sedangkan perfeksionisme maladaptif dapat menyebabkan kecemasan dan ketakutan akan kegagalan. Dalam konteks kewirausahaan, pengusaha sukses sebaiknya tidak memiliki karakter perfeksionis yang berlebihan, karena fleksibilitas dan kemampuan untuk belajar dari kesalahan adalah kunci keberhasilan (Horney, 1994). Sebanyak 67,7 % peserta memahami bahwa karakter ini penting untuk kesuksesan seorang pengusaha. Hasil dapat dilihat pada gambar 6.

**Gambar 6.** Kuesioner karakteristik pengusaha sukses

Ketakutan mengalami kerugian merupakan salah satu hambatan psikologis utama bagi calon pengusaha. Menurut teori prospect theory oleh Kahneman dan Tversky (1979), individu cenderung lebih terpengaruh oleh potensi kerugian daripada keuntungan. Ketakutan ini dapat menghalangi pengambilan risiko yang diperlukan dalam kewirausahaan. Dalam penelitian ini, lebih dari 80% peserta memahami bahwa ketakutan ini umum dihadapi oleh calon pengusaha. Mengatasi ketakutan ini memerlukan strategi seperti risk management dan resilience building (Luthans et al., 2006), yang membantu pengusaha mengelola risiko dan bangkit kembali dari kegagalan. Pemahaman tentang motivasi diri, karakteristik pribadi, dan ketakutan yang dihadapi oleh calon pengusaha adalah kunci dalam mendukung kesuksesan mereka. Kepemimpinan diri sendiri, kemampuan untuk tidak perfektis, dan pengelolaan ketakutan akan kerugian adalah faktor penting yang dapat dikembangkan melalui pendidikan dan pelatihan kewirausahaan.

**Gambar 7.** Perbandingan Pemahaman Siswa *Pretest* dan *Posttest*

Setelah mengikuti pelatihan dan sosialisasi ini, pengetahuan siswa terkait kewirausahaan dan pengembangan bisnis berbasis *Business Model Canvas* (BMC) secara signifikan bertambah, data perubahan pemahaman disajikan pada table 1 dan gambar 7, sebagaimana ditunjukkan oleh hasil kuesioner. Hasil ini menunjukkan siswa lebih familiar dengan aspek praktis kewirausahaan (peluang pasar, kompetensi) karena dekat dengan pengalaman sehari-hari, tetapi masih lemah dalam perumusan misi bisnis yang lebih konseptual. Rahmi et al. (2020) menegaskan bahwa siswa SMK lebih responsif terhadap pembelajaran berbasis praktik ketimbang konsep abstrak. Hasil pretest menunjukkan rata-rata skor pengetahuan siswa adalah 45,3 ($SD=6,2$), yang meningkat menjadi 78,1 ($SD=5,8$) pada posttest. Peningkatan rata-rata sebesar 72,4% menggambarkan efektivitas metode pelatihan ini. Sebagian besar siswa (93%) lebih memahami konsep peluang dan ide bisnis setelah pelatihan, 72% mampu

mengidentifikasi peluang usaha, dan 83% memahami kompetensi inti dalam BMC. Namun, hanya 46% siswa yang memahami secara mendalam tentang perumusan misi bisnis, sehingga aspek ini memerlukan tindak lanjut.

Tabel 1. Hasil Pretest dan Posttest

Tes	Rata-rata Skor	SD
Pretest	45.3	6.2
Posttest	78.1	5.8

Hasil ini sejalan dengan penelitian Rahmi et al. (2020) dan Hutasuhut et al. (2020) yang menegaskan bahwa pembelajaran berbasis BMC dapat meningkatkan pemahaman kewirausahaan secara signifikan. Kebaruan dari kegiatan ini adalah penerapan BMC di SMK Farmasi, yang masih jarang dilakukan, serta integrasinya dengan kasus-kasus nyata di bidang farmasi.

SIMPULAN

Pelatihan dan sosialisasi berhasil meningkatkan pengetahuan siswa di berbagai area kewirausahaan dan pengembangan bisnis berbasis BMC, meskipun beberapa area, seperti pemahaman tentang misi bisnis dan positioning, masih memerlukan perhatian lebih lanjut. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang motivasi diri, karakteristik pribadi, dan tantangan yang dihadapi, siswa diharapkan dapat lebih percaya diri.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada LPPM Sekolah Tinggi Farmasi Indonesia yang telah mendukung pendanaan maupun kebutuhan administratif dalam pelaksanaan kegiatan. Selanjutnya kami mengucapkan terimakasih SMK Farmasi Bumi Siliwangi Bandung yang telah memberikan berbagai fasilitas selama tim melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aggarwal, A., & Shrivastava, U. (2021). Entrepreneurship as a career choice: Impact of environments on high school students' intentions. *Education + Training*, 63(7/8), 1069–1087.
<https://doi.org/10.1108/ET-07-2020-0206>
- Bandura, A. (1997). Self-efficacy: The exercise of control. New York: Freeman.
- Elert, N., Andersson, F., & Wennberg, K. (2014). The Impact of Entrepreneurship Education in High School on Long-Term Entrepreneurial Performance. *Entrepreneurship & Economics eJournal*. Volume 111, Pages 209-223. <https://doi.org/10.1016/J.JEBO.2014.12.020>.
- Frost, R. O., Marten, P., Lahart, C., & Rosenblate, R. (1990). The dimensions of perfectionism. *Cognitive Therapy and Research*, 14(5), 449–468. <https://doi.org/10.1007/BF01172967>
- Goleman, D. (2000). Leadership that gets results. *Harvard Business Review*, 78(2), 78-90.
- Horney, K. (1994). The Neurotic Personality of Our Time. Routledge.

Hutasuhut, S., Irwansyah, I., Rahmadsyah, A., & Aditia, R. (2020). IMPACT OF BUSINESS MODELS CANVAS LEARNING ON IMPROVING LEARNING ACHIEVEMENT AND ENTREPRENEURIAL INTENTION. *Jurnal Ilmiah Pendidikan*, Vol 39, 168-182. <https://doi.org/10.21831/CP.V39I1.28308>.

Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47(2), 263-291.

Kwong, C., Thompson, P., Cheung, C., & Manzoor, H. (2012). The Role of Environment in Fostering Conductive Entrepreneurial Learning: Teaching the ‘Art’ of Entrepreneurship in Boot Camps. *Journal of General Management*, 38, 45 - 71. <https://doi.org/10.1177/030630701203800103>.

Luthans, F., Avolio, B. J., Walumbwa, F. O., & Li, W. (2006). The psychological capital of Chinese workers: Exploring the relationship with performance. *Management and Organization Review*, 1(2), 249-271.

Rahmi, E., Cerya, E., & Friyatmi, F. (2020). Peningkatan Kompetensi Kewirausahaan Siswa SMK Melalui Pelatihan Penyusunan Business Model Canvas Berbasis Digital. *Jurnal Ecogen*. Vol 3, No 4 (2020), <https://doi.org/10.24036/jmpe.v3i4.10477>.

The Future of Jobs Report, 2020. Diakses tanggal 29 Oktober 2024 dari laman <https://www.weforum.org/publications/the-future-of-jobs-report-2020/>

Wahjusaputra, S., Fitriani, S., & Syarif, S. (2019). Canvas Model Business as an Innovation of Teaching Factory Learning in the Fashion Department of 27 Public Vocational High School, Jakarta. . <https://doi.org/10.15294/DP.V14I2.21167>.