
**PENYULUHAN KEWIRAUSAHAAN PERENCANAAN BUSINESS PLAN
MENGUNAKAN BUSINESS CANVAS MODEL
BAGI SISWA SISWI SMKN 2 CIREBON**

Taufan Hunneman¹, Aditya Kurniawan Chandra², Agus Sevtiana³, Kusnadi⁴, Siska Viora⁵

¹Prodi Manajemen, Universitas Catur Insan Cendekia, Kota Cirebon, Jawa Barat

²Prodi Akuntansi, Universitas Catur Insan Cendekia, Kota Cirebon, Jawa Barat

³Prodi Manajemen Informatika, Universitas Catur Insan Cendekia, Kota Cirebon, Jawa Barat

⁴Prodi Teknik Informatika, Universitas Catur Insan Cendekia, Kota Cirebon, Jawa Barat

Email:

taufan.hunneman@cic.ac.id¹, Aditya.kurniawan@cic.ac.id², agus.sevtiana@cic.ac.id³, kusnadi@cic.ac.id⁴

ABSTRAK

Perkembangan kewirausahaan di tanah air beragam dan menuntut perubahan demi perubahan sesuai kemajuan teknologi dan informasi terkini. Peranan kewirausahaan bagi pertumbuhan ekonomi di saat dunia yang terus berubah menuntut perubahan pula. Ini bukan hanya meningkatkan output dan pendapatan per kapita, tetapi juga perubahan dalam struktur bisnis dalam masyarakat. Kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan memiliki andil dalam mendorong entrepreneurial baru. Oleh karena itu program Pengabdian kepada masyarakat ini mempunyai program untuk memberikan dan menumbuhkan kreativitas dan inovasi kewirausahaan kepada generasi muda khususnya siswa-siswi SMKN 2 Cirebon agar dapat memiliki minat dan pengetahuan dasar mengenai perencanaan kewirausahaan dengan menggunakan model canvas.

Kata Kunci: *Kewirausahaan, Business Plan, Siswa, Canvas, Perencanaan.*

PENDAHULUAN

Masyarakat saat ini khususnya kaum muda acap kali disuguhkan dengan kesuksesan salah satu jenis usaha yang muncul di media sosial maupun media nusantara. Namun, edukasi kewirausahaan berbentuk pengetahuan dan praktik belum sepenuhnya dimengerti dan disadari proses yang harus dilewati.

Edukasi mengenai kewirausahaan menjadi penting karena beberapa faktor, antara lain:

1. Terbatasnya kesadaran masyarakat terhadap kreatifitas dan inovasi yang mampu memunculkan peluang usaha baru.
2. Kurangnya pemahaman dan pengetahuan masyarakat mengenai kewirausahaan dan bisnis itu sendiri.

-
3. Masih rendahnya pengetahuan masyarakat dalam hal keamanan baik dalam system penjualan, pembayaran maupun pengiriman barang.
 4. Kurangnya kesadaran masyarakat untuk memperhitungkan keuangan dan perpajakan dari hasil transaksi.

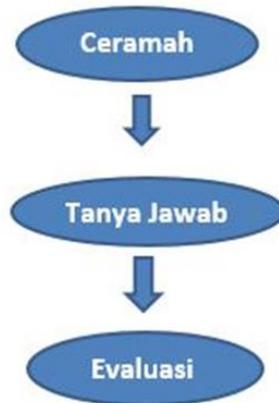
Sejumlah penelitian membuktikan bahwa dari berbagai bentuk inovasi yang ada di berbagai negara, terdapat empat faktor utama yang menjadikan sebuah perusahaan lebih inovatif dibandingkan dengan perusahaan lain. Empat faktor tersebut adalah tenaga kerja ahli, sumber daya modal, dukungan pemerintah, serta budaya (Dermirguc-Kunt & Levine 2001; Furman, Porter, & Stern 2002; Nelson 1993). Inovasi dibutuhkan untuk tetap dapat memenangkan persaingan di pasar. Dalam konteks berbisnis, wirausaha – wirausaha saat ini dihadapkan pada berbagai tantangan perubahan, baik dari segi perkembangan produk, perubahan selera konsumen, hingga peraturan pemerintah yang dapat mengubah kegiatan berbisnis. Kebutuhan untuk dapat menciptakan produk yang lebih baik dalam waktu yang lebih singkat dan biaya yang lebih efisien hampir menjadi kendala bagi seluruh wirausaha di industri mana pun. Oleh karena itu, tantangan utama yang dihadapi wirausaha saat ini adalah menciptakan inovasi–inovasi baru yang berkelanjutan dan tepat waktu sesuai untuk dapat mencapai keberlangsungan usaha dalam jangka panjang (Christensen, 1997).

Peluang generasi muda untuk menjadi wirausahawan saat ini semakin terbuka lebar. Pemerintah telah memberikan ruang yang luas untuk generasi muda berkarya dan berkreasi. Untuk menjadi wirausahawan muda hanya dibutuhkan modal kemauan yang kuat, keberanian dan kesiapan mental meninggalkan “zona nyaman” menuju zona ketidakpastian yang sarat peluang dan tantangan.

SMKN 2 Cirebon merupakan sekolah umum dan kejuruan yang tertarik untuk bekerja sama dengan Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UCIC untuk memberikan penyuluhan dan pengarahan terkait kewirausahaan ini. Dalam hal ini tim PKM menawarkan ke kelas 11 dan kelas 12 di SMKN 2 Cirebon peserta dalam penyuluhan kewirausahaan. Informasi yang diperoleh dari kepala sekolah, SMK belum pernah memperoleh penyuluhan terkait kewirausahaan dan sangat antusias untuk menerima Tim PKM UCIC.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa Penyuluhan Kewirausahaan Perencanaan Business Plan Menggunakan Business Canvas Model Bagi Siswa Siswi SMKN 2 Cirebon ini adalah sebagai berikut :



Gambar-1 Metode Pelaksanaan Kegiatan Abdimas

Keterangan Gambar-1 (Metode Pelaksanaan Kegiatan)

1. **Ceramah**, yaitu untuk memaparkan materi kajian mengenai Business Model Canvass Bagi Siswa SMKN 2 Cirebon.
2. **Tanya jawab**, yaitu digunakan untuk merespon sejauh mana tingkat pemahaman materi tentang Business Model Canvass Bagi Siswa SMKN 2 Cirebon..
3. **Evaluasi** - Pengumuman peserta terbaik (paling aktif), hal ini dilakukan agar acara ini dapat berlangsung secara interaktif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dilakukan dengan membagi 45 peserta dari siswa SMKN 2 Cirebon ke dalam beberapa kelompok, yang masing-masing kelompok dibantu oleh 2 hingga 3 mahasiswa dari UCIC. Setelah proses pembelajaran dan pembekalan diberikan, siswa dengan dipandu oleh mahasiswa dan dosen membuat model business canvas pada kertas model canvas yang dibagikan dan siswa menempel dan menulis pada tiap kolom dalam model business canvas masing-masing kelompok.



Gambar-2 Kegiatan Praktik Business Model Canvass (BMC)

Kegiatan penyuluhan kewirausahaan tentang pemahaman Business Model Canvass (BMC) ini telah dipahami oleh siswa/sswi SMKN 2 Kota Cirebon. Dengan demikian, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini telah memberikan dampak positif kepada para peserta didik.



Gambar 3. Dokumentasi Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM)

Point-point penting yang dibahas dalam kegiatan praktik business Model Canvass (BMC) ini adalah sebagai berikut :

1. Segmen Pelanggan: Menjelaskan siapa target pasar atau konsumen produk/jasa yang kita pasarkan.
2. Penawaran Nilai: Merupakan deskripsi tentang apa yang ditawarkan kepada pelanggan dan mengapa hal itu berharga bagi mereka.
3. Saluran Distribusi: Menunjukkan bagaimana produk/jasa diantarkan kepada pelanggan.
4. Hubungan dengan Pelanggan: Menjelaskan bagaimana hubungan dibangun dan dijaga dengan pelanggan.

5. Pendapatan: Menggambarkan sumber penerimaan dan model bisnis.
6. Sumber Daya Kunci: Merujuk pada aset yang krusial bagi keberhasilan model bisnis.
7. Kegiatan Kunci: Menunjukkan kegiatan yang harus dilakukan untuk menjalankan bisnis.
8. Mitra Kunci: Merupakan pihak eksternal yang berkontribusi pada kesuksesan bisnis.
9. Struktur Biaya: Menjelaskan semua biaya yang terkait dengan operasional bisnis.



Gambar 4. Dokumentasi Pemaparan Materi Business Model Canvass (BMC)

SIMPULAN

1. Peserta Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini adalah siswa-siswi SMKN 2 Cirebon berjumlah 45 orang dan 20 orang guru SMKN 2 Cirebon.
2. Kepala Sekolah berharap pada tahun berikutnya masih dapat memperoleh kesempatan kehadiran tim PKM FEB UCIC untuk membekali siswa-siswi SMK mengenai kewirausahaan, mengingat tren terkini tentang kewirausahaan masih perlu terus didengarkan sejak dini.
3. Modul tentang pemahaman Business Model Canvass (BMC) yang diberikan sederhana namun dapat dijadikan bacaan dan panduan untuk mengingat kembali penyuluhan dan workshop yang telah diberikan kepada siswa-siswi SMKN 2 Kota Cirebon

DAFTAR PUSTAKA

- Barrett, P dan Sexton, M. 2006. "Innovation in small, project-based construction firms", *British Journal of Management*, Vol. 17, No. 4, pp.331-346.
- Christensen, Clayton M. 1997. *The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail*. Boston, MA. Harvard Business School Press.

-
- Demirguc-Kunt, A., Levine, R. 2001. *Financial Structures and Economic Growth: A Cross-Country Comparison of Banks, Markets, and Development*. MIT Press. Cambridge, MA.
- Drucker, P. F. and Maciariello, J.A. 2008. *Management: Revised Edition*. New York. Harper Collins.
- Fagerberg, J. Mowery. D. and Nelson, R., Eds. 2004. *Innovation: A Guide to the Literature*. The Oxford Handbook of Innovation, pp. 1-26. Oxford University Press, Oxford.
- Franky Slamet, Hetty Karunia Tunjungsari, dan Mei Ie. 2016. *Dasar-Dasar Kewirausahaan: Teori dan Praktik*. Penerbit Indeks, Jakarta.
- Katz, J.A. dan Green, R.P. 2011. *Entrepreneurial Small Business*. 3rd ed. New York: Mc. Graw-Hill.
- Kraus, S., Harms, R., Fink&Fink, M.2009. "Entrepreneurial Marketing: Moving Beyond Marketing in New Ventures." *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, Special Issue.
- Magdalena, L., Hatta, M., & Fahrudin, R. (2022). EDUKASI PENANAMAN POHON MANGROVE DALAM RANGKA HARI MENANAM POHON NASIONAL DI TAMAN MANGROVE PANGLAOT JATIMULYA GUNUNG JATI CIREBON. *Jurnal Pengabdian UCIC*, 1(2).
- Lupiyoadi, Rambat. 2004. *Entrepreneurship: from Mindset to Strategy*. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.
- Nelson, R. ed. 1993. *National Innovation Systems. A Comparative Analysis*. Oxford University Press. New York.
- Timmons J.A. & Spinelli S. 2009. "New Venture Creation: Entrepreneurship for 21st Century. 8th edition, Boston, MA: McGraw-Hill, Irwin.
- Stern, Scott, Porter, Michael E., Furman, Jeffrey L. 2002. *The Determinants of National Innovative Capacity*. NBER Working Paper No. 7876. DOI: 10.3386/w7876.
- Song, X. M. and Parry, M. (1997a). *The Determinants of Japanese New Product Success*. *Journal of Marketing Research*. Vol. 34 No. 1, pp. 64-76.
- Suwandi, S., Lestari, W. J., & Asfi, M. (2022). Nasi Kemanusiaan (Nasi Sehat untuk Pasien Covid-19 yang Isolasi Mandiri). *Jurnal Pemberdayaan Umat*, 1(1), 9-19.
- Suwandi, S., Asfi, M., Norhan, L., Lestari, W. J., & Pranata, S. (2022). Kegiatan Abdimas Aksi Peduli Pemberian Air Bersih Bagi Warga Desa Setupatok Kabupaten Cirebon. *Jurnal Pengabdian UCIC*, 1(2).
- Zimmerer, T.W., Scarborough, & N.M. Wilson D. 2008. "Essentials of entrepreneurship and Small Business Management", 5 th Ed. New Jersey: Pearson/Prentice Hall.