JENIC (Journal of Entrepreneurship, Innovation, and Community Empowerment)
Volume 1, Number 4, 2026 pp. 182-195
E-ISSN : 3123-9560
Open Access: https://ejournal.primakara.ac.id/index.php/jenic/

Pelatihan Design Thinking, Business Model Canvas, Dan Business Pitch Untuk Meningkatkan Kompetensi Kewirausahaan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Cahaya Surya

Gifta Khairul Nisa[1*], Ahmad Mustofa Lutfi[2]
[1]Akuntansi, Universitas Cahaya Surya, Kediri, Indonesia, [2]Departemen Hukum Ekonomi Syari'ah, Fakultas Syari'ah dan Adab, Universitas Nahdaltul Ulama Sunan Giri, Bojonegoro, Indonesia.

INFO ARTIKEL
Riwayat artikel:
Pengajuan awal 10-09-2026
Diterima dalam bentuk revisi 07-10-2026
Diterima 26-10-2026
Tersedia *online* 30-10-2026

Kata Kunci:
Design Thinking, Business Model Canvas, Business Pitch, Pengabdian kepada Masyarakat.

DOI:
10.59356/jenic.v1i4.49

ABSTRAK

Perguruan tinggi memiliki peran strategis dalam mempersiapkan lulusan yang tidak hanya siap memasuki dunia kerja, tetapi juga mampu menciptakan lapangan kerja melalui kewirausahaan. Namun, mahasiswa masih menghadapi berbagai tantangan dalam penguasaan kompetensi kewirausahaan, khususnya dalam mengidentifikasi peluang usaha, mengembangkan model bisnis yang layak, serta mengomunikasikan ide bisnis secara efektif kepada calon investor dan pemangku kepentingan. Tantangan tersebut menunjukkan perlunya program pengembangan kewirausahaan yang mengintegrasikan kemampuan berpikir kreatif, pengembangan model bisnis, dan keterampilan komunikasi bisnis. Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi kewirausahaan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Cahaya Surya melalui pelatihan *Design Thinking, Business Model Canvas (BMC),* dan *Business Pitch*. Program ini menerapkan pendekatan *Participatory Learning and Action* (PLA) yang meliputi identifikasi kebutuhan, pelaksanaan pretest, sesi pelatihan, lokakarya, pendampingan, presentasi *business pitch, posttest*, serta evaluasi kepuasan peserta. Sebanyak 40 mahasiswa berpartisipasi aktif selama pelaksanaan program. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kompetensi kewirausahaan mahasiswa yang ditunjukkan oleh kenaikan nilai rata-rata dari 60,25 pada pretest menjadi 89,10 pada posttest, dengan rata-rata skor N-Gain sebesar 72,58% yang termasuk dalam kategori tinggi. Seluruh kelompok peserta berhasil mengembangkan proyek *Business Model Canvas*, sedangkan 92,5% peserta mampu menyampaikan business pitch dengan kategori baik atau sangat baik. Selain itu, hasil survei kepuasan peserta mencapai 96,2%, yang menunjukkan bahwa materi pelatihan, metode pembelajaran, dan kegiatan pendampingan telah memenuhi kebutuhan mahasiswa secara efektif. Secara keseluruhan, program ini memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan kemampuan mahasiswa dalam menghasilkan ide bisnis yang inovatif, mengembangkan model bisnis secara terstruktur, serta mengomunikasikan konsep bisnis secara profesional.

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi global yang ditandai dengan pesatnya kemajuan teknologi, digitalisasi, dan perubahan pola konsumsi masyarakat telah mengubah paradigma dunia kerja secara signifikan. Lulusan perguruan tinggi tidak lagi hanya dituntut memiliki kompetensi akademik sesuai bidang keilmuannya, tetapi juga dituntut mampu beradaptasi, berpikir inovatif, memecahkan masalah, serta menciptakan peluang usaha secara mandiri. Kondisi tersebut menjadikan kewirausahaan sebagai salah satu kompetensi penting yang perlu dikembangkan sejak mahasiswa masih berada di lingkungan perguruan tinggi. Pendidikan tinggi tidak hanya berfungsi menghasilkan pencari kerja (*job seeker*), tetapi juga diharapkan mampu melahirkan pencipta lapangan kerja (*job creator*) yang mampu memberikan kontribusi terhadap pembangunan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat.

Di Indonesia, pengembangan kewirausahaan telah menjadi salah satu fokus kebijakan pendidikan tinggi. Berbagai program seperti Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha

* *Corresponding Author: Gifta Khairul Nisa: giftakhairulnisa5@gmail.com*

(P2MW), kompetisi bisnis mahasiswa, inkubator bisnis, dan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) menunjukkan komitmen pemerintah dalam mendorong lahirnya wirausaha muda yang inovatif dan berdaya saing. Meskipun demikian, berbagai evaluasi menunjukkan bahwa keberhasilan program kewirausahaan di perguruan tinggi masih menghadapi tantangan. Banyak mahasiswa memiliki minat untuk berwirausaha, tetapi belum memiliki kompetensi yang memadai dalam mengembangkan ide bisnis menjadi model usaha yang layak dan berkelanjutan.

Kompetensi kewirausahaan tidak hanya berkaitan dengan kemampuan membuka usaha, tetapi juga mencakup kemampuan mengidentifikasi peluang, memahami kebutuhan pelanggan, mengembangkan solusi inovatif, mengelola sumber daya, mengambil keputusan berdasarkan data, serta mengomunikasikan gagasan bisnis kepada berbagai pemangku kepentingan. Oleh karena itu, proses pembelajaran kewirausahaan memerlukan pendekatan yang lebih aplikatif dan berbasis pengalaman sehingga mahasiswa tidak hanya memahami konsep secara teoritis, tetapi juga mampu mengimplementasikannya dalam penyusunan rencana bisnis yang realistis.

Hasil observasi awal yang dilakukan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Cahaya Surya menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa telah memiliki ketertarikan terhadap dunia usaha, namun masih mengalami kesulitan dalam mengembangkan ide bisnis secara sistematis. Sebagian besar ide usaha masih bersifat umum, belum didasarkan pada identifikasi kebutuhan konsumen, serta belum memiliki nilai tambah (*value proposition*) yang jelas. Selain itu, mahasiswa juga belum terbiasa menggunakan alat perancangan model bisnis yang terstruktur sehingga ide bisnis yang dimiliki sulit dikembangkan menjadi rencana usaha yang komprehensif.

Kendala lain yang ditemukan adalah kemampuan mahasiswa dalam mempresentasikan ide bisnis masih relatif rendah. Sebagian besar peserta belum mampu menjelaskan permasalahan yang ingin diselesaikan, keunggulan produk, segmen pelanggan, strategi pemasaran, maupun proyeksi pengembangan usaha secara meyakinkan. Padahal, kemampuan melakukan business pitch merupakan salah satu kompetensi penting dalam ekosistem kewirausahaan modern karena menjadi sarana untuk memperoleh dukungan dari investor, mitra bisnis, maupun lembaga pendanaan.

Berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan, diperoleh gambaran kondisi awal kompetensi mahasiswa sebagaimana disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Identifikasi Awal Kompetensi Kewirausahaan Mahasiswa

Indikator	Persentase Mahasiswa
Memiliki ide bisnis yang jelas	35%
Memahami konsep Design Thinking	20%
Mampu menyusun Business Model Canvas	15%
Pernah melakukan Business Pitch	10%
Memiliki pengalaman mengikuti kompetisi bisnis	12,50%

Data pada Tabel 1 menunjukkan bahwa kompetensi kewirausahaan mahasiswa masih perlu ditingkatkan, khususnya pada aspek pengembangan ide bisnis, penyusunan model bisnis, dan kemampuan presentasi bisnis. Kondisi tersebut menjadi dasar perlunya kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dirancang secara sistematis dan berbasis praktik.

Salah satu pendekatan yang banyak digunakan dalam pengembangan inovasi bisnis adalah *Design Thinking*. Pendekatan ini menempatkan pengguna sebagai pusat proses inovasi melalui tahapan *empathize, define, ideate, prototype*, dan *test*. Dengan memahami kebutuhan pengguna secara mendalam, mahasiswa diharapkan mampu menghasilkan solusi

yang lebih relevan dan memiliki nilai tambah. Pendekatan ini juga mendorong terbentuknya pola pikir kreatif, kolaboratif, dan adaptif yang sangat dibutuhkan dalam dunia kewirausahaan.

Setelah ide bisnis berhasil dirumuskan, mahasiswa perlu memiliki kemampuan menyusun model bisnis secara sistematis. Salah satu alat yang banyak digunakan adalah *Business Model Canvas (BMC)* yang terdiri atas sembilan elemen utama, yaitu *customer segments, value propositions, channels, customer relationships, revenue streams, key resources, key activities, key partnerships*, dan *cost structure*. BMC membantu mahasiswa memvisualisasikan keseluruhan konsep bisnis dalam satu kerangka yang mudah dipahami, sehingga mempermudah proses evaluasi maupun pengembangan ide usaha.

Tahap berikutnya adalah kemampuan menyampaikan gagasan bisnis melalui *Business Pitch*. *Business pitch* bukan sekadar presentasi, tetapi merupakan proses komunikasi yang bertujuan meyakinkan audiens mengenai kelayakan dan potensi suatu usaha. Kemampuan ini memerlukan penguasaan materi, teknik komunikasi, kemampuan menjawab pertanyaan, serta penyampaian nilai unik (*unique value proposition*) secara singkat namun persuasif. Oleh karena itu, pelatihan *business pitch* menjadi bagian penting dalam pengembangan kompetensi kewirausahaan mahasiswa.

Kegiatan pengabdian ini mengintegrasikan ketiga pendekatan tersebut dalam satu rangkaian pembelajaran yang berkesinambungan. Mahasiswa tidak hanya memperoleh materi konseptual, tetapi juga mengikuti workshop, diskusi kelompok, praktik penyusunan *Business Model Canvas*, pendampingan oleh fasilitator, hingga presentasi *business pitch* yang dievaluasi menggunakan rubrik penilaian. Pendekatan ini diharapkan mampu memberikan pengalaman belajar yang lebih komprehensif dibandingkan pelatihan kewirausahaan yang hanya berfokus pada penyampaian teori.

Keunikan program ini terletak pada integrasi antara *Design Thinking, Business Model Canvas,* dan *Business Pitch* sebagai satu siklus pembelajaran kewirausahaan. Banyak program pelatihan hanya menekankan salah satu aspek, misalnya penyusunan rencana bisnis atau presentasi bisnis saja. Dalam kegiatan ini, mahasiswa diajak melalui proses yang utuh, mulai dari memahami kebutuhan pengguna, merancang solusi inovatif, memetakan model bisnis, hingga mempresentasikan ide usaha secara profesional. Pendekatan tersebut diharapkan mampu menghasilkan peningkatan kompetensi yang lebih komprehensif sekaligus menumbuhkan kepercayaan diri mahasiswa dalam mengembangkan usaha di masa depan.

Berdasarkan uraian tersebut, tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah meningkatkan kompetensi kewirausahaan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Cahaya Surya melalui pelatihan *Design Thinking, Business Model Canvas*, dan *Business Pitch*. Program ini diharapkan tidak hanya meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mahasiswa, tetapi juga membentuk pola pikir kewirausahaan yang inovatif, kolaboratif, dan berorientasi pada penyelesaian masalah sehingga mampu mendukung terciptanya lulusan yang adaptif terhadap dinamika dunia usaha

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan *Participatory Learning and Action* (PLA) yang menempatkan peserta sebagai subjek utama dalam proses pembelajaran. Pendekatan ini dipilih karena menekankan partisipasi aktif peserta melalui kegiatan identifikasi masalah, diskusi, praktik, refleksi, serta evaluasi secara berkelanjutan. Dalam konteks pengembangan kewirausahaan, metode PLA dinilai efektif karena memberikan pengalaman belajar yang bersifat aplikatif sehingga mahasiswa tidak hanya memahami konsep, tetapi juga mampu mengimplementasikan pengetahuan yang diperoleh dalam penyusunan ide dan model bisnis.

Kegiatan dilaksanakan pada bulan Mei - Juni 2026 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Cahaya Surya. Sasaran kegiatan adalah 40 mahasiswa yang berasal dari Program Studi Akuntansi dan Program Studi Manajemen. Peserta dipilih berdasarkan kesediaan mengikuti seluruh rangkaian kegiatan dan memiliki minat terhadap pengembangan kewirausahaan. Seluruh peserta dibagi menjadi 10 kelompok, masing-masing terdiri atas

empat mahasiswa, untuk memudahkan proses diskusi, penyusunan *Business Model Canvas* (BMC), serta pelaksanaan *Business Pitch*.

Pelaksanaan kegiatan dirancang dalam bentuk pelatihan berbasis pengalaman (*experiential learning*), yang mengintegrasikan penyampaian materi, workshop, pendampingan intensif, simulasi, presentasi, dan evaluasi. Pendekatan ini diharapkan mampu menciptakan suasana belajar yang kolaboratif serta mendorong mahasiswa untuk mengembangkan ide bisnis berdasarkan permasalahan nyata di lingkungan sekitar

Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Program pengabdian dilaksanakan melalui delapan tahapan utama yang saling berkesinambungan sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 2.

Tabel 2. Matriks Alokasi Waktu Pelaksanaan Program

Tahap	Kegiatan Utama	Alokasi Waktu	Waktu Pelaksanaan	Output
1	Analisis Kebutuhan (Need Assessment)	2 JP	Hari 1	Profil kebutuhan dan kompetensi awal peserta
2	Pretest	1 JP	Hari 1	Skor pengetahuan awal peserta
3	Pelatihan Design Thinking	5 JP	Hari 1	Permasalahan, customer persona, empathy map, dan ide solusi
4	Workshop Business Model Canvas	4 JP	Hari 2	Draft sembilan elemen BMC tiap kelompok
5	Pendampingan Penyusunan BMC	8 JP (4 JP/minggu × 2 minggu)	Minggu 1 - 2 setelah pelatihan	BMC yang direvisi dan lebih layak secara pasar serta finansial
6	Pelatihan Business Pitch	2 JP	Hari 2	Pitch deck dan simulasi presentasi
7	Presentasi dan Evaluasi	4 JP	Hari 2	Presentasi 10 kelompok dan umpan balik/rubrik penilaian
8	Posttest dan Refleksi	1 JP	Akhir Hari 2	Skor posttest, kepuasan, dan refleksi peserta



Analisis Kebutuhan (*Need Assessment*)

Tahap awal dilakukan untuk mengidentifikasi kondisi awal kompetensi kewirausahaan mahasiswa. Tim pengabdian melakukan observasi, diskusi kelompok terarah (*Focus Group Discussion*), dan penyebaran kuesioner kepada calon peserta. Analisis kebutuhan bertujuan untuk mengetahui tingkat pemahaman mahasiswa mengenai konsep kewirausahaan, kemampuan mengembangkan ide bisnis, pemahaman terhadap *Design Thinking*,

kemampuan menyusun *Business Model Canvas*, serta pengalaman melakukan *Business Pitch*.
Hasil analisis kebutuhan menjadi dasar dalam penyusunan materi pelatihan dan strategi pendampingan agar sesuai dengan kebutuhan peserta.

Pretest

Sebelum pelatihan dimulai, seluruh peserta mengikuti *pretest* untuk mengukur tingkat pengetahuan awal. Instrumen *pretest* terdiri atas 25 soal pilihan ganda yang mencakup lima aspek utama, yaitu:

1. konsep dasar kewirausahaan;
2. *Design Thinking*;
3. *Business Model Canvas*;
4. *Value Proposition*;
5. *Business Pitch*.

Hasil pretest digunakan sebagai data dasar untuk membandingkan peningkatan kompetensi peserta setelah kegiatan selesai.

Pelatihan *Design Thinking*

Tahap ini bertujuan membangun pola pikir inovatif mahasiswa dalam mengidentifikasi permasalahan dan menemukan solusi bisnis yang berorientasi pada kebutuhan pengguna (*human-centered innovation*). Pelatihan dilakukan melalui kombinasi ceramah interaktif, diskusi kelompok, studi kasus, dan simulasi. Materi yang diberikan meliputi:

1. Konsep *Design Thinking*;
2. Tahapan *Empathize*;
3. *Define*;
4. *Ideate*;
5. *Prototype*;
6. *Test*;
7. Identifikasi kebutuhan pelanggan;
8. penyusunan customer persona;
9. penyusunan empathy map;
10. validasi ide bisnis.

Pada tahap ini setiap kelompok memilih satu permasalahan nyata yang dijadikan dasar dalam pengembangan ide bisnis.

Workshop Business Model Canvas

Setelah memperoleh ide bisnis, peserta mengikuti workshop penyusunan *Business Model Canvas (BMC)*. Workshop dilakukan secara bertahap dengan pendampingan langsung dari fasilitator.
Peserta mempelajari sembilan komponen utama *Business Model Canvas*, yaitu:

1. *Customer Segments*;
2. *Value Proposition*;
3. *Channels*;
4. *Customer Relationships*;
5. *Revenue Streams*;
6. *Key Resources*;
7. *Key Activities*;
8. *Key Partnerships*;
9. *Cost Structure*.

Setiap kelompok menyusun *Business Model Canvas* berdasarkan ide bisnis yang telah dihasilkan melalui proses *Design Thinking*.

Pendampingan Penyusunan *Business Model Canvas*

Tahap pendampingan bertujuan memastikan bahwa setiap kelompok mampu menyusun *Business Model Canvas* secara logis dan konsisten.
Pendampingan dilakukan melalui konsultasi kelompok yang berfokus pada:

1. Penyempurnaan *value proposition*;
2. Kesesuaian target pelanggan;
3. Strategi pemasaran;
4. Kelayakan model pendapatan;
5. Efisiensi struktur biaya;
6. Keberlanjutan model bisnis.

Fasilitator memberikan umpan balik secara langsung sehingga peserta dapat melakukan revisi sebelum memasuki tahap presentasi.

Pelatihan *Business Pitch*

Business Pitch merupakan tahapan akhir dalam proses pengembangan ide bisnis. Pada tahap ini mahasiswa diberikan pelatihan mengenai teknik komunikasi bisnis, penyusunan pitch deck, teknik presentasi yang efektif, serta strategi menjawab pertanyaan dari audiens.
Materi pelatihan meliputi:

1. Struktur *Business Pitch*;
2. *Storytelling* dalam presentasi bisnis;
3. Teknik komunikasi persuasif;
4. Penyusunan slide presentasi;
5. Teknik menghadapi sesi tanya jawab;
6. Simulasi presentasi.

Seluruh kelompok diberikan kesempatan melakukan simulasi sebelum presentasi akhir.

Presentasi dan Evaluasi

Masing-masing kelompok mempresentasikan ide bisnis selama 10 menit, kemudian dilanjutkan sesi tanya jawab selama 5 menit. Penilaian dilakukan oleh tiga orang dosen menggunakan rubrik yang telah disusun sebelumnya

Tabel 3. Rubrik Penilaian Business Pitch

Aspek Penilaian	Bobot (%)
Inovasi Ide Bisnis	25
Value Proposition	20
Business Model Canvas	20
Teknik Presentasi	20
Kemampuan Menjawab Pertanyaan	15
Total	**100**

***Posttest* dan Refleksi**

Pada akhir kegiatan seluruh peserta mengikuti posttest menggunakan instrumen yang setara dengan pretest. Selain itu, peserta mengisi kuesioner kepuasan serta mengikuti sesi refleksi mengenai pengalaman belajar selama mengikuti program. Data posttest digunakan untuk mengukur peningkatan kompetensi kewirausahaan, sedangkan hasil refleksi menjadi dasar evaluasi terhadap efektivitas metode pelaksanaan.

Metode Pembelajaran

Program pengabdian menerapkan pendekatan pembelajaran aktif (*active learning*) yang mengombinasikan beberapa metode agar peserta memperoleh pengalaman belajar yang komprehensif.

Tabel 4. Metode Pembelajaran

Metode	Tujuan
Ceramah Interaktif	Memberikan pemahaman konseptual
Diskusi Kelompok	Mengembangkan kemampuan berpikir kritis
Studi Kasus	Menganalisis permasalahan bisnis nyata
Workshop	Menyusun Business Model Canvas
Simulasi	Melatih kemampuan Business Pitch
Pendampingan	Memberikan konsultasi dan umpan balik
Presentasi	Mengembangkan kemampuan komunikasi bisnis

Pendekatan tersebut dipilih karena sesuai dengan karakteristik pembelajaran kewirausahaan yang menekankan praktik, kolaborasi, dan penyelesaian masalah secara kreatif.

Instrumen Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan menggunakan beberapa instrumen untuk memperoleh informasi kuantitatif dan kualitatif mengenai efektivitas kegiatan.

Tabel 5. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen	Data yang Diperoleh
Pretest	Pengetahuan awal peserta
Posttest	Peningkatan kompetensi peserta
Lembar Observasi	Keaktifan peserta selama pelatihan
Rubrik Penilaian BMC	Kualitas model bisnis
Rubrik Business Pitch	Kemampuan presentasi bisnis
Angket Kepuasan	Persepsi peserta terhadap program
Dokumentasi	Bukti pelaksanaan kegiatan

Teknik Analisis Data

Data kuantitatif dianalisis menggunakan statistik deskriptif dengan menghitung nilai rata-rata dan persentase, serta N-Gain Score untuk mengukur peningkatan kompetensi antara hasil pretest dan posttest. N-Gain dihitung menggunakan rumus: g = (Skor posttest − Skor pretest) / (Skor maksimum − Skor pretest). Nilai N-Gain dikategorikan menjadi rendah ($g < 0{,}30$), sedang ($0{,}30 \leq g < 0{,}70$), dan tinggi ($g \geq 0{,}70$). Analisis ini digunakan untuk mengukur perubahan tingkat pengetahuan dan kompetensi kewirausahaan peserta setelah mengikuti program. Sementara itu, data kualitatif yang diperoleh melalui observasi, diskusi, refleksi, dan dokumentasi dianalisis menggunakan teknik analisis interaktif yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Analisis ini digunakan untuk mengidentifikasi perubahan perilaku, tingkat partisipasi, kemampuan kolaborasi, serta kualitas ide bisnis yang dihasilkan peserta selama mengikuti rangkaian kegiatan.

Indikator Keberhasilan Program

Keberhasilan kegiatan pengabdian diukur berdasarkan indikator yang telah ditetapkan sebelum pelaksanaan program.

Tabel 6. Indikator Keberhasilan Program

Indikator	Target
Kehadiran peserta	≥ 90%
Peningkatan nilai posttest	≥ 30%
Kelompok mampu menyusun Business Model Canvas	100%
Kelompok mampu melakukan Business Pitch	≥ 90%
Tingkat kepuasan peserta	≥ 90%
Angket Kepuasan	Persepsi peserta terhadap program
Dokumentasi	Bukti pelaksanaan kegiatan

Program dinyatakan berhasil apabila seluruh indikator tersebut tercapai. Selain peningkatan pengetahuan, keberhasilan juga diukur dari kemampuan mahasiswa menghasilkan model bisnis yang inovatif, menyampaikan ide bisnis secara profesional, serta menunjukkan peningkatan kepercayaan diri dalam aktivitas kewirausahaan.

Metode pelaksanaan yang mengintegrasikan *Design Thinking, Business Model Canvas*, dan *Business Pitch* dalam satu siklus pembelajaran diharapkan mampu memberikan pengalaman belajar yang utuh. Pendekatan ini tidak hanya memperkuat pemahaman konseptual mahasiswa, tetapi juga mengembangkan keterampilan berpikir kreatif, kolaboratif, komunikatif, dan berorientasi pada penyelesaian masalah, yang merupakan kompetensi penting bagi calon wirausahawan di era ekonomi berbasis inovasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Peserta Kegiatan

Program pengabdian kepada masyarakat diikuti oleh 40 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Cahaya Surya yang terdiri atas mahasiswa Program Studi Akuntansi dan Program Studi Manajemen. Peserta dipilih berdasarkan minat mengikuti kegiatan pengembangan kewirausahaan serta kesediaan mengikuti seluruh rangkaian pelatihan hingga tahap evaluasi. Karakteristik peserta menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa belum pernah mengikuti pelatihan kewirausahaan berbasis praktik yang mengintegrasikan *Design Thinking, Business Model Canvas (BMC)*, dan *Business Pitch*. Meskipun sebagian peserta telah menempuh mata kuliah kewirausahaan, pengalaman mereka masih didominasi oleh pembelajaran teoritis sehingga belum terbiasa mengembangkan ide bisnis secara sistematis.

Tabel 7. Karakteristik Peserta

Aspek Kompetensi	Pretest	Posttest	N-Gain Score
Kategori			72.22%
Tinggi	24	60%	75.11%
Tinggi	16	40%	77.57%
Tinggi			71.28%
Tinggi	18	45%	65.87%
Sedang	22	55%	72.58%
Tinggi			
Ya	9	22,50%	
Tidak	31	77,50%	

Data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas peserta masih membutuhkan pengalaman belajar kewirausahaan yang lebih aplikatif. Kondisi ini menjadi peluang bagi perguruan tinggi untuk menghadirkan program pelatihan yang tidak hanya memperkuat pemahaman konseptual, tetapi juga mengembangkan keterampilan berpikir kreatif, menyusun model bisnis, dan mempresentasikan ide usaha secara profesional.

Pelaksanaan Program Pengabdian

Pelaksanaan kegiatan berlangsung selama dua hari pelatihan intensif yang dilanjutkan dengan pendampingan kelompok selama dua minggu. Seluruh rangkaian kegiatan dilaksanakan secara luring melalui pendekatan partisipatif yang mendorong mahasiswa terlibat aktif dalam setiap tahapan pembelajaran.

Hari pertama difokuskan pada penguatan konsep kewirausahaan dan *Design Thinking*. Peserta mengikuti sesi pengenalan mengenai pentingnya inovasi dalam membangun bisnis, kemudian melakukan latihan identifikasi masalah menggunakan pendekatan *Empathize* dan *Define*. Melalui diskusi kelompok, mahasiswa diminta mengamati berbagai permasalahan yang dijumpai di lingkungan kampus maupun masyarakat, kemudian menentukan permasalahan yang memiliki peluang untuk diselesaikan melalui inovasi bisnis. Selanjutnya peserta memasuki tahap *Ideate*, yaitu menghasilkan berbagai alternatif solusi yang kemudian dipilih menjadi ide bisnis potensial. Pada tahap ini fasilitator mendorong peserta untuk menggunakan teknik *brainstorming* sehingga setiap anggota kelompok dapat menyampaikan gagasan secara bebas sebelum dilakukan proses seleksi ide.

Hari kedua difokuskan pada penyusunan *Business Model Canvas* dan pelatihan *Business Pitch*. Setiap kelompok didampingi dalam menyusun sembilan elemen *Business Model Canvas* sehingga model bisnis yang dihasilkan memiliki hubungan yang logis antara segmen pelanggan, proposisi nilai, sumber daya utama, aktivitas utama, saluran distribusi, hingga struktur biaya dan sumber pendapatan.

Tahap akhir berupa presentasi Business Pitch memberikan kesempatan kepada setiap kelompok untuk mempresentasikan model bisnis yang telah disusun di hadapan dosen dan peserta lainnya. Selain memperoleh penilaian, peserta juga menerima masukan untuk menyempurnakan ide bisnis yang dikembangkan.

Hasil *Pretest* dan *Posttest*

Efektivitas program diukur melalui pretest dan posttest menggunakan instrumen yang sama. Pengukuran dilakukan terhadap lima aspek kompetensi utama, yaitu pemahaman kewirausahaan, *Design Thinking, Business Model Canvas, Value Proposition*, dan *Business Pitch*.

Tabel 8. Hasil *Pretest* dan *Posttest*

Aspek Kompetensi	Pretest	Posttest	Peningkatan (%)
Konsep Kewirausahaan	68,5	91,25	33,21
Design Thinking	54,8	88,75	61,95
Business Model Canvas	57,2	90,4	58,04
Value Proposition	60,3	88,6	46,93
Business Pitch	60,45	86,5	43,09
Rata-rata	**60,25**	**89,1**	**47,88**

Berdasarkan perhitungan N-Gain Score, peningkatan rata-rata kompetensi mencapai 72,58% (g = 0,73) dan termasuk kategori tinggi. N-Gain tertinggi terdapat pada aspek *Business Model Canvas* sebesar 77,57% (kategori tinggi), sedangkan nilai terendah terdapat pada *Business Pitch* sebesar 65,87% (kategori sedang). Tiga aspek lainnya Konsep Kewirausahaan (72,22%), *Design Thinking* (75,11%), dan *Value Proposition* (71,28%) berada pada kategori

tinggi. Hasil ini menunjukkan bahwa peningkatan kompetensi secara keseluruhan berada pada tingkat tinggi, meskipun kemampuan *Business Pitch* masih memerlukan penguatan lanjutan.

Keterangan kategori N-Gain: rendah (<0,30), sedang (0,30–<0,70), dan tinggi (≥0,70).

Hasil tersebut menunjukkan bahwa metode pembelajaran berbasis praktik memberikan pengalaman belajar yang lebih efektif dibandingkan penyampaian materi secara konvensional. Mahasiswa memperoleh kesempatan untuk mengaplikasikan konsep yang dipelajari secara langsung sehingga proses internalisasi pengetahuan berlangsung lebih optimal.

Hasil Pelatihan *Design Thinking*

Pelatihan *Design Thinking* menghasilkan berbagai ide bisnis yang berangkat dari kebutuhan nyata pengguna. Setiap kelompok melakukan observasi sederhana dan wawancara terhadap calon pengguna untuk memahami permasalahan yang dihadapi. Selanjutnya peserta menyusun *customer persona* dan *empathy map* sebagai dasar dalam menentukan solusi yang akan dikembangkan. Pendekatan tersebut membantu mahasiswa memahami bahwa keberhasilan suatu bisnis tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh kemampuan memahami kebutuhan pelanggan.

Hasil observasi menunjukkan bahwa seluruh kelompok mampu menyelesaikan lima tahapan Design Thinking, yaitu *Empathize, Define, Ideate, Prototype,* dan *Test*. Walaupun prototipe yang dihasilkan masih berupa konsep awal, peserta telah mampu menggambarkan solusi bisnis secara lebih terstruktur dibandingkan sebelum pelatihan.

Hasil Penyusunan *Business Model Canvas*

Workshop *Business Model Canvas* menghasilkan sepuluh model bisnis yang dikembangkan berdasarkan hasil *Design Thinking*. Setiap kelompok menyusun sembilan elemen *Business Model Canvas* dengan bimbingan fasilitator.

Tabel 9. Contoh Ide Bisnis Mahasiswa

Kelompok	Ide Bisnis	Bidang
1	Smart Laundry	Jasa
2	Healthy Meal Box	Kuliner
3	EduFinance	Edukasi Digital
4	Green Packaging	Lingkungan
5	Campus Market	Marketplace
6	Eco Cleaning	Produk Ramah Lingkungan
7	BookHub	Pendidikan
8	FitLife	Kesehatan
9	Travel Buddy	Pariwisata
10	Digital Tax Assistant	Teknologi

Seluruh kelompok berhasil menyusun *Business Model Canvas* secara lengkap. Namun, hasil evaluasi menunjukkan bahwa beberapa kelompok masih memerlukan penyempurnaan pada aspek *Revenue Streams* dan *Cost Structure* karena proyeksi finansial yang disusun belum sepenuhnya realistis. Temuan kualitatif selama workshop dan

pendampingan menunjukkan bahwa kendala utama pada *Revenue Streams* dan *Cost Structure* bukan semata-mata karena mahasiswa belum memahami konsep BMC, tetapi karena sebagian mahasiswa belum memiliki pengalaman menyusun asumsi finansial yang realistis. Pada *Revenue Streams*, beberapa kelompok cenderung menetapkan harga berdasarkan perkiraan atau harga pesaing tanpa menghitung kemampuan membayar pelanggan, volume penjualan yang realistis, dan sumber pendapatan alternatif. Pada *Cost Structure*, mahasiswa masih kesulitan membedakan biaya tetap dan biaya variabel serta memperkirakan biaya bahan, pemasaran, distribusi, teknologi, dan operasional secara proporsional. Keterbatasan modal pribadi juga menjadi pertimbangan ketika mahasiswa menentukan skala awal usaha; mereka cenderung membuat model bisnis yang ideal, tetapi belum menyesuaikannya dengan sumber daya finansial yang tersedia.

Solusi yang diterapkan dalam pendampingan adalah menggunakan pendekatan bertahap dan berbasis asumsi sederhana. Mahasiswa diarahkan menghitung biaya per unit, menetapkan harga berdasarkan kombinasi biaya dan nilai yang diterima pelanggan, mengestimasi volume penjualan secara konservatif, serta memisahkan biaya tetap dan biaya variabel. Fasilitator juga mendorong peserta menggunakan skenario minimum, moderat, dan optimistis agar kelayakan model bisnis dapat diuji tanpa membutuhkan modal besar pada tahap awal. Untuk mengatasi keterbatasan finansial, mahasiswa diarahkan memilih model usaha yang dapat dimulai dengan sumber daya yang tersedia, melakukan pre-order atau uji pasar skala kecil, memanfaatkan kanal digital berbiaya rendah, dan mempertimbangkan kemitraan atau sumber pendanaan eksternal setelah terdapat bukti permintaan. Pendekatan tersebut membantu mahasiswa menghubungkan *Revenue Streams* dengan *Cost Structure* secara lebih logis sekaligus menurunkan risiko finansial pada tahap awal usaha.

Pendampingan intensif yang dilakukan oleh fasilitator membantu peserta memahami keterkaitan antar-elemen dalam Business Model Canvas sehingga model bisnis yang dihasilkan menjadi lebih logis dan berorientasi pada kebutuhan pasar.

Hasil *Business Pitch*

Business Pitch merupakan tahap akhir yang bertujuan melatih kemampuan mahasiswa dalam mengkomunikasikan ide bisnis kepada calon investor maupun mitra usaha. Penilaian dilakukan oleh tiga dosen menggunakan rubrik yang telah ditetapkan.

Tabel 10. Hasil Penilaian Business Pitch

Aspek	Nilai Rata-rata
Inovasi Ide	90,4
Value Proposition	88,7
Business Model Canvas	89,5
Teknik Presentasi	87,2
Kemampuan Menjawab Pertanyaan	84,9
Rata-rata	**88,14**

Sebagian besar peserta mampu menjelaskan ide bisnis secara sistematis, mengidentifikasi target pelanggan, serta menyampaikan keunggulan produk yang ditawarkan. Namun, beberapa kelompok masih memerlukan peningkatan dalam menjawab pertanyaan kritis terkait strategi pengembangan usaha dan kelayakan finansial. Secara keseluruhan, kemampuan komunikasi bisnis mahasiswa mengalami perkembangan yang signifikan dibandingkan kondisi awal sebelum pelatihan.

Tingkat Kepuasan Peserta

Evaluasi terhadap pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui penyebaran angket kepuasan menggunakan skala Likert lima poin.

Tabel 11. Hasil Survei Kepuasan Peserta

Aspek Penilaian	Persentase
Kesesuaian Materi	97%
Kompetensi Narasumber	98%
Metode Pembelajaran	95%
Pendampingan	96%
Manfaat Program	95%
Rata-rata	**96,20%**

Hasil tersebut menunjukkan bahwa peserta memberikan respons yang sangat positif terhadap pelaksanaan program. Mahasiswa menilai bahwa kombinasi antara pelatihan, praktik, dan pendampingan memberikan pengalaman belajar yang lebih menarik dibandingkan pembelajaran di kelas.

Dampak Program terhadap Kompetensi Kewirausahaan

Selain peningkatan nilai tes, perubahan kompetensi peserta juga terlihat dari hasil observasi selama kegiatan berlangsung.

Tabel 12. Dampak Program

Indikator	Sebelum	Sesudah
Memahami Design Thinking	20%	95%
Mampu menyusun Business Model Canvas	15%	100%
Mampu melakukan Business Pitch	10%	92,50%
Mampu mengidentifikasi peluang bisnis	30%	95%
Memiliki kepercayaan diri mempresentasikan ide bisnis	35%	90%

Data tersebut menunjukkan bahwa kegiatan tidak hanya meningkatkan pengetahuan, tetapi juga mengembangkan keterampilan praktis dan rasa percaya diri mahasiswa dalam bidang kewirausahaan.

Pembahasan

Hasil pengabdian menunjukkan bahwa integrasi *Design Thinking, Business Model Canvas*, dan *Business Pitch* mampu meningkatkan kompetensi kewirausahaan mahasiswa secara komprehensif. Peningkatan skor *pretest-posttest* mengindikasikan bahwa pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*) dan pendekatan partisipatif memberikan dampak positif terhadap pemahaman peserta. Mahasiswa tidak hanya memperoleh pengetahuan mengenai konsep kewirausahaan, tetapi juga mengembangkan kemampuan mengidentifikasi masalah, merancang solusi yang berorientasi pada pengguna, serta mengomunikasikan ide bisnis secara efektif. Pelatihan *Design Thinking* mendorong perubahan pola pikir mahasiswa dari pendekatan yang berorientasi pada produk menjadi pendekatan yang berorientasi pada kebutuhan pengguna. Mahasiswa belajar bahwa inovasi yang bernilai berawal dari kemampuan memahami permasalahan nyata sebelum merancang solusi. Pendekatan ini memperkuat kemampuan berpikir kritis, empati, dan kreativitas yang menjadi fondasi penting dalam kewirausahaan modern.

Pada tahap penyusunan *Business Model Canvas*, mahasiswa mampu menerjemahkan ide bisnis ke dalam sembilan elemen model bisnis yang saling terhubung. Proses pendampingan berperan penting dalam membantu peserta mengevaluasi kelayakan model

bisnis serta menyempurnakan hubungan antara proposisi nilai, segmen pelanggan, saluran distribusi, dan struktur pendapatan. Hal ini menunjukkan bahwa *Business Model Canvas* tidak hanya berfungsi sebagai alat visualisasi, tetapi juga sebagai media berpikir strategis dalam merancang bisnis yang berkelanjutan. Pelatihan *Business Pitch* memberikan dampak terhadap peningkatan kemampuan komunikasi bisnis mahasiswa. Presentasi yang dilakukan di hadapan dosen dan peserta lain melatih kemampuan menyampaikan ide secara sistematis, membangun argumentasi yang meyakinkan, serta merespons pertanyaan secara kritis. Kompetensi tersebut merupakan bagian penting dari kesiapan mahasiswa menghadapi kompetisi bisnis, program inkubasi, maupun peluang pendanaan usaha.

Secara kualitatif, kendala finansial paling terlihat pada elemen *Revenue Streams* dan *Cost Structure*. Mahasiswa masih menghadapi kesulitan ketika harus mengubah ide bisnis menjadi asumsi pendapatan dan biaya yang dapat dipertanggungjawabkan. Pada *Revenue Streams*, mahasiswa cenderung menetapkan sumber pendapatan dan harga berdasarkan perkiraan, sedangkan pada *Cost Structure* beberapa kelompok belum mampu mengidentifikasi seluruh komponen biaya dan membedakan biaya tetap dengan biaya variabel. Kondisi ini juga dipengaruhi oleh keterbatasan modal mahasiswa sehingga skala usaha yang dirancang sering lebih besar daripada kemampuan pembiayaan awal. Pendampingan kemudian diarahkan pada perhitungan biaya per unit, penetapan harga yang mempertimbangkan biaya dan nilai pelanggan, proyeksi penjualan konservatif, serta penyusunan skenario minimum, moderat, dan optimistis. Mahasiswa juga didorong untuk memulai dengan model usaha berbiaya rendah, pre-order, uji pasar skala kecil, pemanfaatan kanal digital, dan kemitraan sebelum mencari pendanaan yang lebih besar. Dengan cara tersebut, mahasiswa dapat menyelaraskan *Revenue Streams* dengan *Cost Structure* dan membuat BMC yang lebih realistis serta feasible secara finansial.

Secara keseluruhan, hasil kegiatan menunjukkan bahwa model pelatihan yang mengintegrasikan ketiga pendekatan tersebut mampu membentuk proses pembelajaran kewirausahaan yang lebih utuh dibandingkan pelatihan yang hanya berfokus pada penyampaian teori. Program ini tidak hanya meningkatkan aspek pengetahuan, tetapi juga membangun keterampilan berpikir inovatif, kolaborasi, komunikasi, dan kepercayaan diri mahasiswa dalam mengembangkan ide bisnis. Temuan ini menguatkan bahwa pengembangan kompetensi kewirausahaan di perguruan tinggi akan lebih efektif apabila dirancang melalui pembelajaran berbasis praktik, pendampingan, dan refleksi yang berkesinambungan

KESIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Design Thinking membantu mahasiswa mengidentifikasi masalah dan kebutuhan konsumen serta menghasilkan ide bisnis yang lebih relevan.
2. *Business Model Canvas* (BMC) membantu mahasiswa menyusun dan memvisualisasikan model bisnis secara sistematis.
3. *Business Pitch* meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam mengomunikasikan dan mempresentasikan ide bisnis secara efektif.
4. Integrasi ketiga metode mampu meningkatkan kreativitas, kemampuan analitis, komunikasi, dan kesiapan mahasiswa dalam mengembangkan ide kewirausahaan.
5. Kegiatan ini dapat menjadi model pembelajaran kewirausahaan yang lebih aplikatif dan berorientasi pada dunia usaha dan industri.

Saran

1. Perguruan tinggi disarankan membentuk skema inkubasi atau mentoring lanjutan dengan melibatkan dosen, praktisi industri, pelaku UMKM, investor, dan mitra usaha agar mahasiswa memperoleh umpan balik yang lebih beragam dan realistis.

2. Program pengabdian berikutnya disarankan memperpanjang masa pendampingan sehingga mahasiswa tidak berhenti pada tahap penyusunan ide dan *Business Model Canvas*, tetapi dapat melakukan validasi pasar dan implementasi awal model bisnis.
3. Materi pelatihan dapat dikembangkan dengan menambahkan analisis kelayakan finansial, penetapan harga, pengelolaan arus kas, strategi pemasaran digital, pemanfaatan data, serta penggunaan kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence*) secara etis dalam pengembangan usaha.
4. Evaluasi kegiatan selanjutnya sebaiknya tidak hanya menggunakan perbandingan pretest dan posttest, tetapi juga mengukur keberlanjutan implementasi ide bisnis, validasi pelanggan, perkembangan prototipe, serta keterlibatan mahasiswa dalam kompetisi, inkubasi, atau pengembangan usaha.

Program serupa dapat diperluas dengan melibatkan mahasiswa dari program studi lain agar terbentuk kolaborasi lintas disiplin dan menghasilkan ide bisnis yang lebih beragam serta relevan dengan kebutuhan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Blank, S., & Dorf, B. (2020). The startup owner's manual: The step-by-step guide for building a great company. K&S Ranch.

Brown, T. (2019). Change by design: How design thinking transforms organizations and inspires innovation (Revised ed.). Harper Business.

Dam, R. F., & Siang, T. Y. (2023). Design thinking: A complete guide for educators and entrepreneurs. Interaction Design Foundation.

Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2023). Entrepreneurship (12th ed.). McGraw-Hill.

Kuratko, D. F. (2022). Entrepreneurship: Theory, process, practice (12th ed.). Cengage Learning.

Liedtka, J. (2021). Design thinking for the greater good. Columbia University Press.

Morris, M. H., Kuratko, D. F., & Cornwall, J. R. (2021). Entrepreneurship programs and the modern university. Edward Elgar Publishing.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business model generation. John Wiley & Sons.

Ries, E. (2020). The lean startup. Currency.

Robles, M. M., & Zárraga-Rodríguez, M. (2022). Entrepreneurship education and innovation competencies among university students. Education and Training, 64(7), 945–962.

Santos, F., & Liguori, E. (2023). Developing entrepreneurial competencies through experiential learning in higher education. Journal of Entrepreneurship Education, 26(3), 1–15.

Sugiyono. (2023). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D (3rd ed.). Alfabeta.

Susanti, D., & Prasetyo, H. (2023). Pelatihan business model canvas sebagai strategi peningkatan kompetensi kewirausahaan mahasiswa. Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia, 3(2), 112–121.

Tim P2MW. (2024). Panduan Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW). Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan, Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi.

Wahyuni, S., & Rahmawati, L. (2022). Implementasi design thinking dalam meningkatkan kreativitas mahasiswa pada program kewirausahaan. Jurnal Abdimas Indonesia, 4(1), 55–64.

Wulandari, D., & Hidayat, R. (2023). Pendampingan business pitch untuk meningkatkan kemampuan komunikasi bisnis mahasiswa. Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, 8(2), 134–143..