



PELATIHAN BUSINESS MODEL CANVAS SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN INTENSI BERWIRUSAHA PADA SANTRI AL ASHRIYYAH NURUL IMAN ISLAMIC BOARDING SCHOOL, PARUNG, BOGOR

Umi Widyastuti^{1*}, Usep Suhud², Dewi Susita³, Widya Parimita⁴, Cedaryana⁵, Hamidah⁶, Tuty Sariwulan⁷, Wahyu Wastuti⁸, Monica Dewi⁹, Umi Waheeda¹⁰

^{1,2,6,7}Program Studi S3 Ilmu Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta, Indonesia

^{3,4,5}Program Studi S2 Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta, Indonesia

^{8,9}Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta, Indonesia

¹⁰Pondok Pesantren Al Ashriyyah Nurul Iman

Corresponden Email: umiwidyastuti_feunj@unj.ac.id¹

Abstract

This community service program aims to foster entrepreneurial intention among students of Al Ashriyyah Nurul Iman Islamic Boarding School in Waru Jaya Village, Parung, Bogor, through intensive training on the use of Business Model Canvas (BMC). Despite the increasing number of entrepreneurs in Indonesia, the country's entrepreneurship ratio remains relatively low compared to neighboring Southeast Asian countries. This gap is evident within pesantren communities, which possess considerable economic potential but face challenges such as limited understanding of business planning tools, insufficient business management skills, and ineffective dissemination methods. The program addressed these challenges through a structured series of activities, including conceptual training, interactive workshops, mentoring by business practitioners, and dissemination of digital learning materials. The results demonstrated a significant increase in participants' understanding and ability to apply the nine components of the BMC in real-world business contexts. Post-training assessments showed improved entrepreneurial confidence and intention among students. The initiative also encouraged collaborative action within the pesantren, including the formation of student entrepreneur groups and plans for sustainable business incubation. Overall, this program contributes to the development of a community-based entrepreneurial ecosystem and aligns with Sustainable Development Goals (SDGs), particularly in promoting quality education and reducing poverty through entrepreneurship education.

Keywords: Business Model Canvas, Student Entrepreneurship, Community Service Program, Entrepreneurship Education, Economically-Oriented Islamic Boarding School

Abstrak

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan intensi berwirausaha di kalangan santri Pondok Pesantren Al Ashriyyah Nurul Iman, Desa Waru Jaya, Parung, Bogor, melalui pelatihan intensif mengenai penggunaan Business Model Canvas (BMC). Meskipun jumlah wirausahawan di Indonesia terus meningkat, rasio kewirausahaan nasional masih tergolong rendah dibandingkan negara-negara Asia Tenggara lainnya. Hal ini juga tercermin di lingkungan pesantren yang memiliki potensi ekonomi namun menghadapi berbagai tantangan, seperti minimnya pemahaman mengenai perencanaan bisnis, keterbatasan keterampilan manajerial, serta metode sosialisasi yang belum optimal. Program ini dilaksanakan melalui pelatihan konseptual, workshop interaktif, pendampingan oleh praktisi bisnis, serta penyebaran materi edukatif berbasis digital. Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan peserta dalam menyusun rencana bisnis menggunakan sembilan komponen utama BMC. Evaluasi pascapelatihan mencerminkan meningkatnya kepercayaan diri dan niat santri untuk mengembangkan usaha. Program ini juga mendorong terbentuknya kelompok wirausaha santri serta rencana pengembangan inkubasi bisnis secara berkelanjutan. Secara keseluruhan, kegiatan ini berkontribusi dalam membangun ekosistem kewirausahaan berbasis komunitas dan mendukung pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB/SDGs), khususnya dalam aspek pendidikan berkualitas dan pengentasan kemiskinan melalui pendidikan kewirausahaan.

Kata kunci: Business Model Canvas, Kewirausahaan Santri, Pengabdian kepada Masyarakat, Pendidikan Kewirausahaan, Pesantren Berbasis Ekonomi

LATAR BELAKANG PELAKSANAAN

Pemerintah Indonesia memprioritaskan kebijakan yang bertujuan untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan di seluruh lapisan masyarakat. Inisiatif ini bertujuan untuk mendorong

tercapainya tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs) yang telah dicanangkan melalui berbagai inisiatif dan diproyeksikan akan tercapai antara tahun 2015 dan 2030. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah wirausahawan di Indonesia telah melampaui 56 juta jiwa hingga pertengahan tahun 2023 (*Data Kewirausahaan, 2023*). Dibandingkan dengan negara-negara lain di Asia Tenggara, seperti Singapura dengan rasio kewirausahaan sebesar 8,76% dan Malaysia sebesar 4,7%, jumlah tersebut dapat dikatakan masih tergolong rendah. Persentase kewirausahaan di Indonesia sebesar 3,47%. Pada tahun 2023, jumlah wirausahawan usia 20-24 tahun di Indonesia diproyeksikan mencapai 2.065.164 jiwa, atau sekitar 3,7% dari jumlah wirausahawan di Indonesia secara keseluruhan (Azizah, 2024). Kewirausahaan masih menjadi cara mencari nafkah yang kurang diminati oleh sebagian masyarakat Indonesia. Khususnya di kalangan pemuda, terdapat anggapan yang berkembang bahwa berwirausaha bukanlah ambisi atau tujuan utama mereka (Aulia et al., 2020).

Pemerintah secara aktif meningkatkan upaya untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan di kalangan individu (*MenKopUKM: Kolaborasi Entrepreneur Hub Dengan Perguruan Tinggi Jadikan Kampus Pabrik Wirausaha, 2023*). Salah satu caranya adalah dengan menerbitkan Peraturan Presiden No. 2 Tahun 2022 tentang Pengembangan Kewirausahaan. Peraturan presiden tersebut menguraikan tujuan pemerintah untuk membangun lingkungan kewirausahaan yang kondusif dan mencapai rasio kewirausahaan nasional sebesar 3,95 persen, disertai peningkatan pertumbuhan kewirausahaan sebesar 4 persen. Implementasi Pengembangan Kewirausahaan Nasional yang efisien dapat dicapai dengan memasukkan komponen utama Ekosistem Kewirausahaan, khususnya Sumber Daya Manusia (SDM). Menurut Peraturan Presiden Nomor 2 Tahun 2022, wirausahawan adalah orang perseorangan yang mengelola, mendirikan, dan/atau mengembangkan suatu perusahaan (Ahdiat, 2023b). Sanchez et. al tahun 2011 mendefinisikan kewirausahaan sebagai proses kognitif yang melibatkan penilaian dan tindakan terhadap prospek bisnis, penerapan strategi yang komprehensif, dan kepemimpinan yang seimbang (Sanchez et al., 2011).

Kewirausahaan berpotensi menciptakan lapangan kerja bagi individu yang mencari pekerjaan atau membutuhkan tenaga kerja (Adenutsi, 2023). Selain itu, kewirausahaan dapat berkontribusi terhadap upaya pemerintah untuk mengurangi pengangguran di Indonesia (Zahra & Adinugraha, 2024). Kewirausahaan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perluasan ekonomi Indonesia dengan menumbuhkan kreativitas dan kemandirian penduduknya. Kehadiran kewirausahaan telah menumbuhkan kreativitas yang lebih besar di kalangan individu Indonesia dalam mengekspresikan pikiran mereka melalui hal-hal yang

mereka hasilkan (Musdirwan et al., 2025). Upaya kewirausahaan memberdayakan individu untuk membangun usaha bisnis mereka sendiri, menyediakan peluang kerja bagi para pencari kerja (Wahyudi et al., 2024). Apabila usaha mereka menghasilkan pendapatan, maka usaha tersebut akan dikenai pajak, sehingga menyumbang bagi keuangan negara (Yanto et al., 2025). Korelasi antara kewirausahaan dan pertumbuhan ekonomi telah terjalin dengan baik (Cahyaningrum, 2021). Oleh karena itu, mempelajari pendidikan kewirausahaan menjadi upaya yang menarik untuk menumbuhkan kewirausahaan, khususnya di kalangan calon wirausahawan.

Wirausahawan pemula mengacu pada individu yang bekerja sendiri dan juga mereka yang menerima bantuan dari pekerja sementara atau tidak dibayar (Ahdiat, 2023a). Namun, saat ini, perusahaan rintisan memerlukan perubahan signifikan dalam kognisi strategis, metodologi manajerial, dan prosedur komersial yang memengaruhi cara gagasan layanan dan produk dipahami, dikembangkan, dan diperkenalkan ke pasar (Carvalho et al., 2020). Saat ini, kanvas model bisnis banyak digunakan sebagai instrumen berharga untuk menyusun usaha baru dan telah secara signifikan meningkatkan adopsi model bisnis dengan cara yang kontemporer dan menguntungkan (Samiono & Nurlatifah, 2019). *Business Model Canvas* (BMC) sebagaimana yang dipaparkan oleh Osterwalder dan Pigneur, memungkinkan pengguna untuk menyelaraskan pendapatan dengan tujuan, termasuk dimensi lingkungan dan sosial. Oleh karena itu, fokus ekonomi cenderung mengabaikan pertimbangan lingkungan dan sosial, dengan mengutamakan keuntungan (Daou et al., 2020). *Business Model Canvas* (BMC) merupakan instrumen strategis yang digunakan. Untuk menggambarkan model bisnis dan menjelaskan perilaku bisnis dari bisnis dalam hal bagaimana mereka menghasilkan, menyediakan, dan memperoleh lebih banyak nilai bagi perusahaan mereka. Representasi *Business Model Canvas* (BMC) dapat bervariasi dalam dimensionalitas dan dapat menunjukkan perbedaan antara pengusaha dan manajer (Keane et al., 2018). BMC menyederhanakan prinsip-prinsip bisnis yang kompleks, membuatnya mudah diimplementasikan dan dievaluasi di tengah transformasi perusahaan yang dinamis.

Business Model Canvas (BMC) terdiri dari sembilan komponen penting yang terintegrasi secara strategis untuk tujuan internal dan eksternal (Yonatan, 2024). *Business Model Canvas* (BMC) terdiri dari sembilan komponen penting: proposisi nilai, segmen klien, saluran, hubungan pelanggan, sumber daya utama, aktivitas utama, kemitraan utama, aliran pendapatan, dan struktur biaya. Tujuan dari pelatihan ini adalah untuk menetapkan tujuan-

tujuan berikut: 1) Meningkatkan pemahaman dan secara efektif menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) dalam proses perencanaan bisnis; 2) Meningkatkan kemahiran dalam membuat BMC sebagai sarana pengelolaan rencana bisnis (Mustika et al., 2021), dan 3) Mendorong penerapan BMC sebagai solusi atas tantangan perencanaan bisnis yang dihadapi oleh mahasiswa wirausaha. Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat (PkM) ini bertujuan untuk mendorong kolaborasi nasional antara UNJ dan Pesantren Al-Ashriyyah Nurul Iman Islamic Boarding School. Diharapkan dapat meningkatkan pemahaman, pengetahuan, dan memberikan dampak yang konstruktif terhadap perencanaan bisnis dan pengembangan BMC dengan komunitas bisnis.

METODE PELAKSANAAN

Analisis kebutuhan dilakukan dengan mengkaji situasi desa binaan Parung Bogor khususnya Santri Al-Ashriyyah Nurul Iman Islamic Boarding School. Analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui kesenjangan pengetahuan yang terdapat di mahasiswa. Analisis dilakukan dengan cara menganalisis kondisi yang dirasakan oleh santri saat ini kemudian membandingkan dengan tuntutan jaman serta kebutuhan yang ingin dipenuhi oleh santri tersebut. Berdasarkan hasil analisis situasi tersebut diketahui bahwa ditemukan tingkat niat berwirausaha pada mahasiswa Santri Al-Ashriyyah Nurul Iman Islamic Boarding School yang masih rendah. Oleh karena itu, dianggap perlu untuk menyelenggarakan pelatihan *Business Model Canvas*.

Materi pelatihan yang disajikan dalam kegiatan ini disesuaikan dengan kebutuhan mahasiswa Santri Al-Ashriyyah Nurul Iman Islamic Boarding School. Oleh karena itu, tim pelaksana tentunya mempertimbangkan materi pelatihan yang disampaikan relevan dengan kebutuhan peserta yaitu: a) menumbuhkan niat berwirausaha melalui pelatihan tentang *Business Model Canvas* serta b) sosialisasi beberapa alternatif teknologi keuangan yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Adapun tahapan yang dilakukan dalam kegiatan ini mencakup:

1. Persiapan Kegiatan : Tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat akan melakukan berbagai persiapan, yang mencakup:
 - a. Melakukan koordinasi dengan pihak kampus Santri Al-Ashriyyah Nurul Iman Islamic Boarding School guna menganalisis kebutuhan secara rinci sekaligus menentukan waktu dan lamanya pelaksanaan kegiatan.
 - b. Melakukan identifikasi dan pendataan peserta.

- c. Menghubungi narasumber.
 - d. Menyiapkan tempat pelaksanaan kegiatan dan hal-hal yang terkait administrasi.
2. Pelaksanaan Kegiatan : Pengabdian kepada masyarakat ini akan dilaksanakan pada bulan Juni 2024, dengan target peserta sebanyak 30 peserta.
3. Evaluasi Kegiatan : Kegiatan pelatihan ini akan dievaluasi dengan melihat indikator pencapaian sebagai berikut:
- a. Seluruh peserta pelatihan *Business Model Canvas* memahami konsep pengembangan bisnis dan mengidentifikasi sumber daya yang dibutuhkan
 - b. Peserta pelatihan dapat membuat *Business Model Canvas*.
 - c. Peserta pelatihan dapat memahami bagaimana mulai mengembangkan bisnis baru.

Sasaran kegiatan pelatihan merupakan mahasiswa Santri Al-Ashriyyah Nurul Iman Islamic Boarding School. Pelatihan ini akan dilakukan menggunakan metode klasikal, yaitu berupa penjelasan narasumber. Selanjutnya, pada sesi akhir pelatihan akan dilakukan diskusi dan tanya jawab antara narasumber dan peserta dalam waktu 45 menit.

Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Program pengabdian ini berlangsung pada 18 Juni yang dilaksanakan secara terpusat di Pondok Pesantren Al-Ashriyyah Nurul Iman yang berlokasi di Jl. Panjang Jiwo, Kampung Waru Doyong, Desa Waru Jaya, Kecamatan Parung, Kabupaten Bogor, Jawa Barat 16330. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada keberadaan unit-unit usaha yang dikelola langsung oleh para santri seperti kantin, koperasi, dan usaha produksi yang memberikan konteks nyata dan relevan dalam penerapan elemen-elemen Business Model Canvas (BMC). Pelatihan difokuskan pada penguatan pemahaman santri terhadap sembilan blok utama BMC, mulai dari proposisi nilai hingga struktur biaya. Kegiatan dilaksanakan di berbagai fasilitas yang disediakan oleh pihak pesantren, termasuk aula utama untuk sesi penyampaian materi dan diskusi interaktif, ruang kelas untuk praktik penyusunan model bisnis, serta area-unit usaha pesantren sebagai tempat penerapan langsung BMC. Pendekatan ini dirancang untuk memberikan pengalaman belajar yang kontekstual dan aplikatif, sehingga para santri tidak hanya memahami konsep BMC secara teoritis, tetapi juga mampu menerapkannya dalam merancang dan mengembangkan usaha secara strategis.

Alat dan Bahan

Untuk menunjang kelancaran pelaksanaan program pelatihan *Business Model Canvas* (BMC), berbagai perangkat dan bahan pendukung dimanfaatkan secara optimal, baik dalam penyampaian materi maupun praktik penyusunan model bisnis. Dalam sesi pelatihan, disediakan sarana seperti laptop, proyektor, papan tulis, dan spidol untuk mendukung presentasi dan diskusi interaktif. Media pembelajaran seperti infografis, video edukatif, slide PowerPoint, serta buletin informasi turut digunakan untuk memperkuat pemahaman peserta terhadap sembilan elemen utama dalam BMC. Selama kegiatan praktik, santri difasilitasi dengan lembar kerja BMC dan *template* model bisnis yang dirancang sesuai dengan kebutuhan dan konteks usaha pesantren. Modul pelatihan, panduan penyusunan BMC, serta kuesioner *pre-test* dan *post-test* disiapkan sebagai instrumen pembelajaran dan evaluasi. Seluruh bahan ajar disusun dengan memperhatikan tingkat literasi digital peserta serta keterbatasan infrastruktur di lingkungan pesantren, agar pelatihan dapat berjalan secara inklusif dan efektif.

PELAKSANAAN DAN PEMBAHASAN



Gambar 1. Pelaksanaan *Pre-test*

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diawali dengan sosialisasi program kepada pihak mitra, yakni Pondok Pesantren Al Ashriyyah Nurul Iman di Desa Waru Jaya, Parung, Bogor. Sosialisasi dilaksanakan melalui pertemuan resmi antara tim pengabdian dan pimpinan pesantren guna menyampaikan tujuan, latar belakang, dan tahapan kegiatan yang akan dilaksanakan. Dalam pertemuan tersebut, disepakati bahwa kegiatan pelatihan akan difokuskan pada peningkatan kapasitas santri dalam bidang kewirausahaan melalui pendekatan *Business Model Canvas* (BMC). Sosialisasi ini juga mencakup penjarangan peserta, pembagian jadwal pelatihan, serta pembentukan tim pendukung dari pihak mitra

untuk kelancaran kegiatan. Pelatihan dimulai dengan *pre-test* untuk mengukur pemahaman peserta terkait materi yang akan disampaikan.

Tahap selanjutnya adalah pelatihan pembuatan *Business Model Canvas* (BMC) yang dirancang untuk memperkenalkan konsep dasar BMC kepada santri sebagai alat bantu dalam merancang model bisnis. Pelatihan ini dilaksanakan secara klasikal dan disampaikan secara interaktif dengan media presentasi visual, infografis, dan video pembelajaran. Materi yang diberikan mencakup pengenalan sembilan elemen utama BMC, mulai dari segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, hingga struktur biaya dan aliran pendapatan. Santri dilatih untuk memahami keterkaitan antar elemen BMC, serta pentingnya perencanaan bisnis yang terstruktur, visioner, dan berbasis solusi terhadap permasalahan riil di sekitar mereka.

Pelatihan dilanjutkan dengan workshop pengaplikasian BMC, di mana peserta diberikan tantangan untuk menyusun model bisnis berdasarkan ide usaha mereka secara nyata. Dalam sesi ini, peserta dibagi ke dalam kelompok kecil dan dipandu untuk mengembangkan satu ide usaha berbasis komunitas, yang kemudian dituangkan dalam bentuk lembar BMC. Proses ini bertujuan untuk membentuk pola pikir kewirausahaan yang adaptif dan inovatif, dengan menekankan pada penciptaan nilai dan keberlanjutan usaha. *Workshop* juga mencakup presentasi hasil kerja kelompok untuk memperoleh umpan balik dari fasilitator dan peserta lain, sehingga terjadi proses belajar yang kolaboratif. Pada akhir pelatihan peserta diminta untuk mengisi *post-test* sebagai bahan evaluasi pemahaman peserta terhadap materi pelatihan.

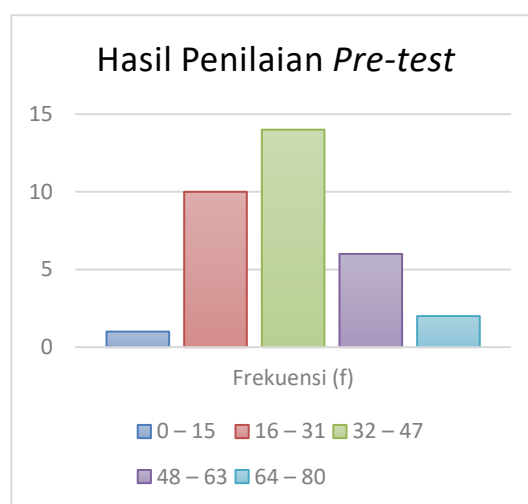


Gambar 2. Pelatihan dan *Workshop Business Canvas Model* (BMC)

Kegiatan ini diharapkan dapat memicu inisiatif lanjutan dari komunitas pesantren, antara lain melalui rencana pembentukan kelompok wirausaha santri yang terorganisir, penyusunan kurikulum kewirausahaan internal berbasis BMC, serta ajakan kolaborasi dengan

alumni pesantren yang telah sukses berwirausaha. Mitra juga menunjukkan komitmen untuk menjadikan pelatihan ini sebagai bagian dari program pembinaan berkelanjutan, dengan harapan dapat mendorong kemandirian ekonomi santri dalam jangka panjang. Dengan pendekatan partisipatif, terstruktur, dan berbasis kebutuhan nyata, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berhasil mencapai tujuan utamanya yaitu meningkatkan literasi kewirausahaan santri, menumbuhkan intensi berwirausaha, dan memperkuat ekosistem bisnis berbasis komunitas di lingkungan pesantren.

Untuk mengukur efektivitas kegiatan serta tingkat penerimaan peserta, dilakukan analisis hasil *pre-test* dan *post-test* yang disertai dengan pengolahan data kuesioner kepuasan. Hasil pengukuran tersebut kemudian disajikan dalam bentuk distribusi data yang memberikan gambaran mengenai persebaran nilai dan kecenderungan respon peserta. Distribusi data hasil *pre-test* menunjukkan pola yang informatif dalam menggambarkan persebaran nilai peserta. Rentang nilai antara 0 hingga 80 mencerminkan

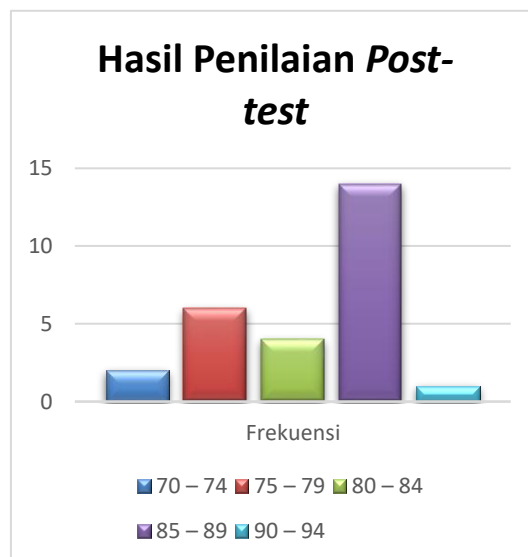


Gambar 3. Grafik Hasil Penilaian *Pre-test*

keragaman data yang cukup tinggi, dengan kelas interval sebesar 16 poin yang memudahkan identifikasi tren utama. Kelas 32–47 menjadi kelas dengan frekuensi tertinggi (42,42%) dan berfungsi sebagai *modal class*, sekaligus mewakili nilai-nilai yang paling umum muncul. Posisi median juga diperkirakan berada pada kelas ini, karena frekuensi kumulatif sebelumnya baru mencapai 11 dari total 33 data. Kelas 16–31 menempati urutan kedua dengan 10 data (30,30%), sehingga bila digabung dengan kelas modal, sekitar 72,72% data terkonsentrasi pada rentang 16–47. Kondisi ini menunjukkan kecenderungan nilai-nilai berada pada tingkat menengah, menandakan distribusi yang relatif terpusat dan stabil. Sementara itu, kelas ekstrem (0–15 dan 64–80) memiliki frekuensi rendah, mengindikasikan keberadaan *outlier* secara terbatas. Pola ini cenderung menunjukkan kemiringan positif (*positive skewness*), di mana sebagian kecil nilai tinggi menyebabkan rata-rata sedikit lebih besar daripada median. Secara umum, hasil *pre-test* ini memberikan gambaran bahwa distribusi nilai belum sepenuhnya merata, namun menunjukkan pola sebaran yang dapat menjadi dasar evaluasi peningkatan setelah pelatihan.

Dari perspektif pengambilan keputusan berbasis data (*data-driven decision making*),

pola distribusi hasil *pre-test* ini memberikan gambaran yang jelas mengenai tingkat pencapaian peserta berdasarkan kategori performa. Data menunjukkan bahwa sebagian besar peserta berada pada kategori “cukup” hingga “baik”, sedangkan hanya sedikit yang memiliki nilai sangat rendah atau sangat tinggi. Kondisi ini mengindikasikan perlunya kebijakan atau intervensi yang difokuskan pada kelompok dengan nilai ekstrem, baik untuk memberikan pendampingan tambahan maupun penguatan capaian. Dalam konteks pendidikan dan pengembangan kompetensi, pola persebaran yang relatif seimbang ini dapat menjadi dasar perencanaan program lanjutan yang lebih inklusif, adaptif, dan tepat sasaran.

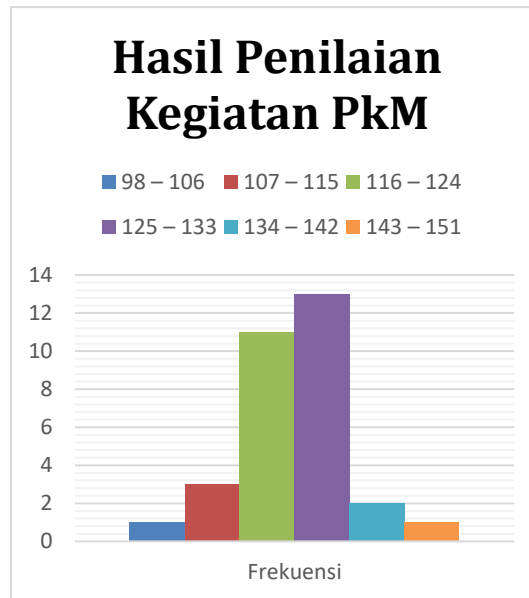


Gambar 4. Grafik Hasil Penilaian *Post-test*

Berdasarkan hasil *post-test* pada pelatihan *Business Model Canvas* (BMC), terlihat bahwa sebagian besar peserta menunjukkan capaian yang sangat baik. Rentang nilai 85–89 menempati posisi tertinggi dengan 14 peserta (45,16%), menunjukkan bahwa hampir setengah dari peserta mampu memahami dan mengaplikasikan materi pelatihan secara optimal. Selanjutnya, 7 peserta (22,58%) berada pada rentang 75–79, dan 6 peserta (19,35%) pada rentang 80–84, yang keduanya termasuk dalam kategori baik. Sementara itu, hanya 2 peserta (6,45%) memperoleh nilai 70–74, dan 1 peserta (3,23%) mencapai nilai 90–94. Distribusi ini memperlihatkan bahwa lebih dari 87% peserta memperoleh nilai di atas 75, mencerminkan tingkat pemahaman yang tinggi terhadap konsep dan penerapan BMC. Dengan demikian, hasil *post-test* ini mengindikasikan bahwa pelatihan telah berhasil meningkatkan kompetensi peserta secara signifikan dan efektif dalam mencapai tujuan pembelajaran yang ditetapkan.

Analisis terhadap pencapaian tersebut menunjukkan bahwa pelatihan *Business Model Canvas* tidak hanya meningkatkan pengetahuan teoretis, tetapi juga kemampuan praktis peserta dalam menyusun dan menerapkan model bisnis secara komprehensif. Materi pelatihan yang mencakup sembilan elemen utama BMC—mulai dari *value proposition*, *customer segments*, *channels*, *customer relationships*, *revenue streams*, *key resources*, *key activities*, *key partners*, hingga *cost structure*—telah dipahami dengan baik oleh peserta. Tingginya frekuensi nilai dalam kategori baik hingga sangat baik mencerminkan bahwa peserta mampu menginternalisasi konsep-konsep tersebut dan menunjukkan kesiapan dalam mengaplikasikannya pada konteks usaha riil. Kondisi ini juga menunjukkan meningkatnya minat dan kesiapan peserta dalam mengembangkan ide bisnis yang strategis dan berkelanjutan. Selain itu, keberhasilan ini menjadi landasan penting bagi penyelenggara untuk merancang tindak lanjut pelatihan, seperti sesi mentoring atau pendampingan, guna memastikan implementasi BMC secara nyata di lapangan.

Jika dibandingkan dengan hasil pre-test, tampak adanya peningkatan yang signifikan dalam pemahaman peserta terhadap materi pelatihan. Pada tahap pre-test, sebagian besar nilai peserta terkonsentrasi pada rentang 16–47, dengan distribusi yang menunjukkan kecenderungan *positive skewness*, menandakan bahwa tingkat pemahaman peserta masih beragam dan relatif rendah. Sebagian besar peserta saat itu berada pada kategori cukup, menunjukkan keterbatasan dalam memahami konsep BMC secara menyeluruh. Namun, setelah mengikuti pelatihan, distribusi nilai mengalami pergeseran yang jelas ke arah kategori baik hingga sangat baik. Perbandingan ini mengindikasikan adanya peningkatan substansial baik secara rata-rata nilai maupun pemerataan hasil belajar. Secara umum, perubahan ini mencerminkan efektivitas pelatihan dalam memperkuat literasi kewirausahaan peserta, terutama dalam hal kemampuan berpikir strategis, analitis, dan inovatif dalam merancang model bisnis. Dengan demikian, kombinasi hasil post-test dan perbandingan dengan pre-test menegaskan bahwa pelatihan *Business Model Canvas* berhasil mencapai tujuannya. Peserta tidak hanya memperoleh pemahaman teoritis, tetapi juga mengalami peningkatan signifikan dalam kemampuan praktis menyusun dan mengimplementasikan model bisnis. Temuan ini penting untuk dijadikan dasar pengembangan program pelatihan lanjutan yang lebih aplikatif dan berorientasi pada penguatan kapasitas kewirausahaan masyarakat, khususnya di sektor UMKM berbasis potensi lokal.



Gambar 5. Grafik Hasil Kuesioner

Pelatihan *Business Model Canvas* (BMC) yang diselenggarakan dalam rangka pengabdian kepada masyarakat memperoleh tanggapan yang relatif positif dari para peserta, sebagaimana tercermin dalam distribusi skor evaluasi. Dari total responden, sebagian besar menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi terhadap pelatihan ini. Hal ini dibuktikan dengan 41,94% responden berada pada kategori “Setuju”, dan 6,45% serta 3,23% lainnya berada pada kategori “Sangat Setuju”, sehingga secara kumulatif sebanyak 51,62% responden memberikan penilaian positif. Temuan ini menandakan bahwa lebih dari separuh peserta merasakan manfaat dan relevansi materi pelatihan terhadap kebutuhan kewirausahaan mereka. Sementara itu, sebanyak 35,48% responden memilih posisi “Netral”, yang mengindikasikan bahwa meskipun mereka tidak secara eksplisit menolak, masih terdapat ruang peningkatan dalam aspek penyampaian, metode pembelajaran, maupun kontekstualisasi materi BMC terhadap realitas usaha peserta. Respon netral juga dapat mencerminkan adanya perbedaan tingkat pemahaman awal atau latar belakang kewirausahaan yang beragam di antara peserta, sehingga pendekatan yang lebih personal dan partisipatif mungkin dibutuhkan di sesi pelatihan berikutnya. Adapun kelompok yang menyatakan “Tidak Setuju” (9,68%) dan “Sangat Tidak Setuju” (3,23%) merupakan minoritas, namun tetap penting untuk dicermati. Kritik atau ketidakpuasan dari kelompok ini bisa menjadi bahan evaluasi yang konstruktif, terutama dalam hal metode penyampaian yang mungkin belum sepenuhnya sesuai dengan karakteristik peserta lokal, kurangnya praktik langsung, atau keterbatasan waktu dalam menyerap seluruh elemen dari *Business Model Canvas*. Oleh

karena itu, umpan balik dari kelompok ini perlu diintegrasikan dalam perancangan pelatihan lanjutan agar pendekatan yang digunakan lebih inklusif, adaptif, dan membumi.



Gambar 6. Dokumentasi Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Secara keseluruhan, pelatihan ini memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan kapasitas kewirausahaan masyarakat, khususnya dalam memetakan ide bisnis ke dalam struktur yang sistematis melalui kerangka BMC. Antusiasme peserta yang tergambar dari dominasi skor tinggi membuktikan bahwa pendekatan ini relevan untuk diaplikasikan dalam konteks pengembangan UMKM lokal. Namun demikian, pelatihan ke depan perlu mengintegrasikan metode belajar berbasis studi kasus lokal, simulasi praktik, serta pendampingan pascapelatihan agar dampak jangka panjangnya lebih terasa. Dengan begitu, kegiatan pengabdian masyarakat ini tidak hanya berhenti pada transfer pengetahuan, tetapi juga menjadi pengungkit transformasi ekonomi berbasis komunitas secara berkelanjutan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Program pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan oleh tim dosen dan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta bekerja sama dengan Pesantren Al-Ashriyyah Nurul Iman telah memberikan kontribusi nyata dalam peningkatan literasi kewirausahaan di kalangan santri melalui pelatihan dan pendampingan penggunaan *Business Model Canvas* (BMC). Pelatihan ini tidak hanya berhasil meningkatkan pemahaman santri terhadap konsep perencanaan bisnis yang sistematis, tetapi juga menumbuhkan rasa percaya diri dan keberanian untuk mengembangkan ide usaha berbasis potensi lokal. Keberhasilan program ini ditopang oleh pelaksanaan kegiatan yang terstruktur dan metode pelatihan yang interaktif, seperti workshop, studi kasus, mentoring, serta dukungan media digital. Hasil evaluasi menunjukkan mayoritas peserta memberikan respons positif terhadap materi,

metode, dan relevansi pelatihan dengan kebutuhan mereka. Hal ini menegaskan bahwa pendekatan ipteks yang digunakan tidak hanya berhasil dalam mentransfer pengetahuan, tetapi juga mampu membentuk pola pikir kewirausahaan yang aplikatif dan berorientasi pada keberlanjutan. Secara umum, program ini telah mendorong terbentuknya ekosistem kewirausahaan berbasis komunitas di lingkungan pesantren, sekaligus berkontribusi pada pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs), terutama dalam pengentasan kemiskinan dan pemberdayaan ekonomi.

Untuk menjaga kesinambungan dan memperkuat dampak program di masa mendatang, sejumlah langkah strategis perlu dipertimbangkan. Program pelatihan BMC sebaiknya diselenggarakan secara berkala agar dapat menjangkau lebih banyak peserta dan memastikan proses pembelajaran berlangsung secara berkelanjutan. Selain itu, penting untuk mengembangkan kurikulum internal pesantren yang memuat materi kewirausahaan secara sistematis dan sesuai konteks lokal, guna memperkuat integrasi pembelajaran. Kolaborasi antara pesantren, perguruan tinggi, serta lembaga pendanaan dan investor juga perlu diperluas guna membuka peluang inkubasi usaha pasca pelatihan. Pendampingan lanjutan bagi peserta, melalui klinik bisnis, forum diskusi daring, maupun bimbingan oleh mentor, menjadi kunci keberhasilan jangka panjang. Penyelenggaraan kompetisi bisnis secara rutin dapat menjadi pemacu motivasi dan kreativitas santri dalam menciptakan ide usaha yang inovatif. Terakhir, dokumentasi program dan publikasi ilmiah perlu dilakukan secara berkala sebagai sarana refleksi dan rujukan untuk pengembangan model pemberdayaan ekonomi pesantren berbasis ipteks yang inklusif, replikatif, dan berdampak luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam penyelesaian karya ini. Ucapan terima kasih secara khusus ditujukan kepada Universitas Negeri Jakarta dan Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Negeri Jakarta atas dukungan dan fasilitasi yang sangat berharga selama proses penyusunan, yang dilaksanakan berdasarkan Surat Keputusan Rektor Nomor: 357/UN39/HK.02/2025 dan Perjanjian Kontrak Nomor: 1/UN39.5/PKM/PS-UNJ/III/2025. Kami juga menyampaikan terima kasih kepada Hj. Dr. Umi Waheeda, selaku Pimpinan Pondok Pesantren Al Ashriyyah Nurul Iman, atas dukungan, keramahan, dan fasilitasi yang luar biasa, serta kepada Prof. Dr. Dedi Purwana, M.Bus,

selaku Direktur Sekolah Pascasarjana Universitas Negeri Jakarta, atas dukungan akademik dan kelembagaan yang memperkuat kolaborasi antara perguruan tinggi dan komunitas pesantren untuk mendorong terwujudnya pemberdayaan ekonomi berbasis komunitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Adenutsi, D. E. (2023). Entrepreneurship, Job Creation, Income Empowerment and Poverty Reduction in Low-Income Economies. *Theoretical Economics Letters*, 13(06), 1579–1598. <https://doi.org/10.4236/tel.2023.136089>
- Ahdiat, A. (2023a). *Berapa Banyak Pelaku Wirausaha di Indonesia?* <https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/3adb9a4b9fd2e86/berapa-banyak-pelaku-wirausaha-di-indonesia>
- Ahdiat, A. (2023b). *Ini Pertumbuhan Jumlah Wirausaha di Indonesia sampai 2023.* <https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/44b1b1722287381/ini-pertumbuhan-jumlah-wirausaha-di-indonesia-sampai-2023>
- Aulia, N. A., Hasan, M., Dinar, M., Ahmad, M. I. S., & Supatminingsih, T. (2020). Kajian Literasi Kewirausahaan dan Literasi Digital Terhadap Keberlanjutan Usaha Pedagang Pakaian di Pasar Baru Kabupaten Bantaeng. *Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Makassar*, 29.
- Azizah, S. (2024). *Entrepreneurship Development for Startup Go Global: Initiatives and Programs in Indonesia* (Issue April). https://mddb.apec.org/Documents/2024/SMEWG/SMEWG57/24_smewg57_008.pdf
- Cahyaningrum, Y. D. (2021). *Asa Pajak UMKM*. <https://feb.ub.ac.id/asa-pajak-umkm/>
- Carvalho, L., Galina, S., & Sánchez-Hernández, M. I. (2020). An international perspective of the business incubators' perception about business model canvas for startups. *Thunderbird International Business Review*, 62(5), 503–513. <https://doi.org/10.1002/tie.22112>
- Daou, A., Mallat, C., Chammas, G., Cerantola, N., Kayed, S., & Saliba, N. A. (2020). The Ecocanvas as a business model canvas for a circular economy. *Journal of Cleaner Production*, 258, 120938. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.120938>
- Data Kewirausahaan*. (2023). Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/id>
- Keane, S. F., Cormican, K. T., & Sheahan, J. N. (2018). Comparing how entrepreneurs and managers represent the elements of the business model canvas. *Journal of Business Venturing Insights*, 9, 65–74. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2018.02.004>
- MenKopUKM: Kolaborasi Entrepreneur Hub dengan Perguruan Tinggi Jadikan Kampus Pabrik Wirausaha*. (2023). KemenkopUKM. <https://ehub.kemenkopukm.go.id/news/menkopukm-kolaborasi-entrepreneur-hub-dengan-perguruan-tinggi-jadikan-kampus-pabrik-wirausaha>
- Musdirwan, Kholifah, A. N., Indarto, T., Arifin, M., & Hasni, M. (2025). How Does Entrepreneurship Impact on Economic Development? *The Fourth International Conference on Government Education Management and Tourism (ICoGEMT-4)*, 1–6.
- Mustika, S., Tiara, A., & Corliana, T. (2021). Pelatihan Membuat Konten Promosi di Media Sosial bagi UMKM Mitra Masjid. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Universitas Al Azhar Indonesia*, 3(2), 59. <https://doi.org/10.36722/jpm.v3i2.644>
- Samiono, B. E., & Nurlatifah, H. (2019). Program Kelompok Mentoring Bisnis Komunitas Tangan Di Atas Wilayah Jakarta Selatan 5.0. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Universitas Al Azhar Indonesia*, 1(1), 17. <https://doi.org/10.36722/jpm.v1i1.334>
- Sanchez, J. C., Carballo, T., & Gutierrez, A. (2011). The entrepreneur from a cognitive

- approach. *Psicothema*, 23(3), 433–438. <https://doi.org/10.2307/2303192>
- Wahyudi, A. S., Yulivan, I., & Rahman, A. (2024). The Role of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Supporting Indonesia's Economic Resilience. *Jurnal Pertahanan: Media Informasi Tentang Kajian Dan Strategi Pertahanan Yang Mengedepankan Identity, Nasionalism Dan Integrity*, 10(2), 297–307. <https://doi.org/10.33172/jp.v10i2.19519>
- Yanto, Suyono, E., Maghfiroh, S., Herwiyanti, E., Kusuma, P. D. I., & Purwati, A. S. (2025). Income Tax Treatment and Facilities for Msmes in the Emerging Market: a Qualitative Analysis of Current Laws and Regulations. *Corporate Law and Governance Review*, 7(2), 41–49. <https://doi.org/10.22495/clgrv7i2p4>
- Yonatan, A. Z. (2024). *Mayoritas Pelaku Wirausaha adalah Lansia?* <https://data.goodstats.id/statistic/mayoritas-pelaku-wirausaha-adalah-lansia-UDTaN>
- Zahra, L. M., & Adinugraha, H. H. (2024). The Role of Local Entrepreneurs in Reducing the Rate of Unemployment in Kaligelang Village , Taman District , Pemalang District. *JIEM: Journal of Islamic Entrepreneurship and Management*, 4(2), 109–112.