

Membangun Jiwa Wirausaha Pelajar: Pendampingan Penyusunan Business Plan Berbasis Business Model Canvas dan SWOT Matrix

Elizabeth Fiesta Clara Shinta Budiyo^{1*}, Mario Rosario Wisnu Aji²

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia

*e-mail korespondensi: elizabeth.clara@uajy.ac.id

Abstract

The ability to create a systematic business plan is a critical skill for students to face entrepreneurial challenges and competitions. The Faculty of Business and Economics at Universitas Atma Jaya Yogyakarta (FBE UAJY) conducted a community engagement program at SMA Negeri 1 Bantul, Yogyakarta, under the theme "Transforming Ideas into Opportunities: Mentoring and Training on Business Plan Development Using Various Business Analysis Methods for Students of SMAN 1 Bantul, Yogyakarta." This program was designed to prepare students for the Festival of Indonesian Student Entrepreneurial Innovation (FIKSI) 2025 and to equip them with the knowledge to apply entrepreneurial concepts in their daily lives. The activities were divided into two main sessions: theory and practice. The theory session provided materials on the Business Model Canvas (BMC) and SWOT analysis. The practical session involved direct business plan development, starting from brainstorming ideas to presentation, with intensive guidance from the FBE UAJY team. In addition to enhancing students' understanding, the program honed their creativity, analytical skills, and teamwork. This program significantly benefited students by preparing them for competitions and fostering an entrepreneurial spirit. Through this initiative, FBE UAJY contributed to developing a competent young generation and improving the quality of entrepreneurial education within the community.

Keywords: SWOT; Entrepreneurship; Business Plan; BMC; Innovation

Abstrak

Kemampuan menyusun business plan yang sistematis menjadi keterampilan penting bagi siswa dalam menghadapi tantangan kewirausahaan dan kompetisi. Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta (FBE UAJY) melaksanakan program pengabdian masyarakat di SMA Negeri 1 Bantul, Yogyakarta, dengan tema "Transformasi Ide Menjadi Peluang: Pendampingan dan Pelatihan Business Plan dengan Metode Analisis Bisnis Lainnya bagi Pelajar SMAN 1 Bantul, Yogyakarta." Program ini dirancang untuk mempersiapkan siswa menghadapi Festival Inovasi Kewirausahaan Siswa Indonesia (FIKSI) 2025 serta memberikan bekal untuk mengaplikasikan konsep kewirausahaan dalam kehidupan sehari-hari. Kegiatan ini terbagi dalam dua sesi, yaitu teori dan praktik. Sesi teori memberikan materi tentang Business Model Canvas (BMC), serta analisis SWOT. Sesi praktik melibatkan penyusunan business plan secara langsung, mulai dari penggalian ide hingga presentasi, dengan bimbingan intensif dari tim FBE UAJY. Selain meningkatkan pemahaman siswa, kegiatan ini mengasah kreativitas, kemampuan analitis, dan kerja tim. Program ini memberikan manfaat signifikan bagi siswa dalam mempersiapkan diri untuk kompetisi dan menumbuhkan jiwa wirausaha. Melalui program ini, FBE UAJY berkontribusi dalam menciptakan generasi muda yang kompeten dan meningkatkan kualitas pendidikan kewirausahaan di lingkungan masyarakat.

Kata Kunci: SWOT; Kewirausahaan; Business Plan; BMC; inovasi

Accepted: 2025-01-14

Published: 2025-04-15

PENDAHULUAN

Rendahnya minat dan motivasi berwirausaha di kalangan pemuda Indonesia menjadi salah satu isu penting yang memerlukan perhatian dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, lembaga pendidikan, industri, dan masyarakat. Menurut Siahaan (2021), kewirausahaan berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi sekaligus menjadi sarana pemberdayaan masyarakat dan pengembangan diri individu. Kemampuan memahami konsep dan strategi bisnis tidak hanya relevan bagi pelaku usaha tetapi juga bagi siswa yang masih berada di bangku sekolah. Studi menunjukkan bahwa pengenalan kewirausahaan pada usia muda, terutama di tingkat SMA, mampu meningkatkan keterampilan dan minat untuk memulai serta menjalankan bisnis secara efektif.

Siswa yang memiliki pemahaman tentang penyusunan business plan sejak dini akan lebih siap menghadapi persaingan, baik dalam konteks pendidikan, perlombaan, maupun di dunia usaha. Hal ini didukung oleh Sulistyowati (2023) yang menyatakan bahwa kemampuan menyusun business plan adalah tolok ukur kesiapan sebuah bisnis untuk terjun ke pasar. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pendampingan dan pelatihan penyusunan business plan menjadi salah satu solusi untuk membekali siswa dengan keterampilan praktis dan wawasan strategis. Dalam konteks ini, pendekatan seperti Business Model Canvas (BMC) dan SWOT Matrix menjadi alat yang relevan untuk membantu siswa memahami elemen-elemen penting dalam perencanaan bisnis.

Rumusan Masalah

SMA Negeri 1 Bantul, salah satu sekolah unggulan di Kabupaten Bantul, menghadapi tantangan dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan siswa terkait kewirausahaan, khususnya dalam penyusunan business plan. Meskipun siswa memiliki semangat dan ide kreatif, banyak dari mereka belum memiliki pemahaman mendalam tentang elemen-elemen penting dalam perencanaan bisnis, seperti analisis pasar, strategi pemasaran, perhitungan keuangan, dan manajemen risiko.

Keterbatasan ini disebabkan oleh minimnya pendampingan intensif dari tenaga ahli atau guru yang memiliki latar belakang kewirausahaan. Selain itu, persiapan siswa untuk mengikuti ajang nasional seperti Festival Inovasi Kewirausahaan Siswa Indonesia (FIKSI) sering kali belum optimal karena kurangnya pelatihan yang terstruktur dan aplikatif. Oleh karena itu, diperlukan program pendampingan yang mampu memberikan pengetahuan teoretis sekaligus keterampilan praktis dalam menyusun business plan yang komprehensif dan kompetitif.

Tujuan Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk:

1. Meningkatkan pemahaman siswa SMA Negeri 1 Bantul tentang konsep dasar kewirausahaan.
2. Membekali siswa dengan keterampilan dalam menyusun business plan menggunakan alat analisis seperti BMC dan SWOT Matrix.
3. Meningkatkan kesiapan siswa untuk berkompetisi dalam ajang FIKSI 2025 melalui pendampingan intensif dalam perancangan rencana bisnis.
4. Memberikan pengalaman praktis kepada siswa dalam mengidentifikasi peluang pasar, menganalisis persaingan, dan merancang strategi bisnis yang berkelanjutan.
5. Menumbuhkan jiwa kewirausahaan yang kreatif, solutif, dan adaptif di kalangan siswa.

Kajian Literatur

Penyusunan business plan adalah salah satu keterampilan dasar dalam kewirausahaan yang melatih individu untuk berpikir kritis dan analitis. Osterwalder et al. (2014) dalam *Value Proposition Design* menyebutkan bahwa alat seperti Business Model Canvas membantu dalam mengidentifikasi elemen-elemen utama model bisnis, termasuk segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran, dan sumber daya utama. Sementara itu, analisis SWOT dan SWOT Matrix, menurut Rangkuti (2006), merupakan teknik yang efektif untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh sebuah bisnis.

Dalam konteks pendidikan, pengenalan kewirausahaan melalui penyusunan business plan memberikan dampak positif, seperti melatih siswa dalam perencanaan strategis, pengelolaan sumber daya, dan pengambilan keputusan (Sulistyowati, 2023). Kompetisi seperti FIKSI juga menjadi platform untuk mendorong siswa berinovasi dan mengasah keterampilan presentasi mereka.

Potret, Profil, dan Kondisi Khalayak Sasaran

SMA Negeri 1 Bantul berlokasi di Jalan KHA Wakhid Hasyim, Bantul, Yogyakarta, dan merupakan salah satu sekolah menengah atas unggulan dengan akreditasi A. Pada semester 2024/2025-1, sekolah ini memiliki 965 siswa yang terdiri dari 277 laki-laki dan 688 perempuan, dengan 27 rombongan belajar yang menggunakan kurikulum SMA Merdeka. SMA Negeri 1 Bantul memiliki reputasi akademik yang baik, terlihat dari peringkat pertama di Kabupaten Bantul berdasarkan nilai UTBK 2022. Namun, di tengah prestasi ini, tantangan yang dihadapi sekolah meliputi keterbatasan fasilitas teknologi untuk mendukung pembelajaran berbasis digital dan perlunya peningkatan kapasitas guru dalam memberikan pendampingan kewirausahaan. Persaingan dengan sekolah swasta yang menawarkan program khusus juga menjadi isu yang mendorong SMA Negeri 1 Bantul untuk terus berinovasi.

Kondisi dan Potensi Wilayah

Kabupaten Bantul memiliki potensi besar dari segi sosial, ekonomi, dan lingkungan. Daerah ini dikenal dengan keberagaman industri kreatif, termasuk kerajinan dan pariwisata, yang dapat menjadi inspirasi bagi siswa dalam mengembangkan ide bisnis. Selain itu, dukungan dari pemerintah daerah melalui berbagai program pemberdayaan pemuda dan kewirausahaan membuka peluang untuk kolaborasi dalam mendukung kegiatan pendidikan. Lingkungan sosial SMA Negeri 1 Bantul yang kondusif juga menjadi faktor pendukung dalam melaksanakan kegiatan pengabdian ini.

Potensi Sebagai Bahan Kegiatan Pengabdian

Potensi utama yang dapat dimanfaatkan dalam kegiatan pengabdian ini adalah semangat dan kreativitas siswa SMA Negeri 1 Bantul, yang didukung oleh reputasi sekolah dalam bidang akademik. Selain itu, adanya kurikulum Merdeka memberikan fleksibilitas bagi guru dan siswa untuk mengeksplorasi materi kewirausahaan secara mendalam. Potensi ini dapat diperkuat melalui pendekatan praktis dan interaktif dalam pendampingan penyusunan business plan, sehingga siswa dapat mengembangkan ide bisnis yang relevan dengan kebutuhan pasar lokal.

Perumusan Masalah Secara Konkret

Berdasarkan analisis, masalah yang dihadapi SMA Negeri 1 Bantul dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Siswa belum memiliki pemahaman yang komprehensif tentang elemen-elemen penting dalam penyusunan business plan.
2. Guru kurang memiliki pelatihan khusus dalam mengajarkan kewirausahaan, termasuk pembuatan business plan.
3. Minimnya pendampingan intensif dari pihak eksternal dalam membantu siswa mempersiapkan diri untuk ajang FIKSI 2025.
4. Keterbatasan fasilitas pendukung, seperti perangkat teknologi, untuk mendukung pembelajaran kewirausahaan berbasis digital.

Dengan merancang program pengabdian yang komprehensif, masalah ini diharapkan dapat diatasi secara efektif, sehingga memberikan dampak positif bagi siswa, guru, dan lingkungan sekolah secara keseluruhan.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk memberikan dampak nyata dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan siswa SMA Negeri 1 Bantul, khususnya dalam menyusun rencana bisnis yang komprehensif dan kompetitif. Khalayak sasaran utama adalah siswa

yang dipersiapkan untuk mengikuti Festival Inovasi Kewirausahaan Siswa Indonesia (FIKSI) 2025. Berlokasi di Jalan KHA Wakhid Hasyim, Bantul, Yogyakarta, SMA Negeri 1 Bantul merupakan sekolah unggulan dengan 965 siswa dari berbagai latar belakang. Sekolah ini memiliki reputasi baik dalam bidang akademik, tetapi menghadapi tantangan dalam meningkatkan keterampilan kewirausahaan siswanya. Dengan potensi besar yang dimiliki sekolah ini, program pengabdian diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan bagi pengembangan siswa dan institusi.

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini mencakup beberapa tahapan yang dirancang secara sistematis untuk mencapai tujuan. Tahap pertama adalah pendekatan awal melalui wawancara dengan guru pembina lomba untuk memahami kebutuhan siswa dan kendala yang dihadapi dalam menyusun business plan. Selain itu, observasi dilakukan untuk mengidentifikasi potensi dan masalah yang ada, sementara dokumentasi digunakan untuk mencatat data yang relevan. Data yang dikumpulkan kemudian dianalisis untuk merumuskan permasalahan utama dan kebutuhan spesifik siswa. Berdasarkan analisis ini, solusi dirancang dalam bentuk program pelatihan dan pendampingan yang melibatkan teori dan praktik.

Program pelatihan secara keseluruhan dirancang dalam 7 sesi pertemuan, masing-masing berdurasi 2 jam. Pertemuan pertama berfokus pada pengenalan konsep business plan dan penggalan ide bisnis. Dalam tahap ini, peserta diajak untuk merumuskan ide bisnis yang inovatif dengan mempertimbangkan faktor-faktor seperti target pasar, keunggulan produk, dan diferensiasi dari pesaing. Selain itu, peserta dibimbing dalam menyusun konsep dasar business plan yang mencakup visi, misi, tujuan, strategi pemasaran, struktur organisasi, dan perencanaan keuangan.

Pertemuan kedua dan ketiga membahas elemen internal dan eksternal dari Business Model Canvas (BMC). Pada elemen internal, peserta diajarkan untuk mengidentifikasi sumber daya utama, aktivitas utama, dan kemitraan strategis yang dibutuhkan untuk menjalankan bisnis. Sementara itu, elemen eksternal mencakup segmen pelanggan, saluran distribusi, hubungan pelanggan, dan aliran pendapatan. Pendekatan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai elemen-elemen yang mendukung operasional dan interaksi bisnis dengan pasar.

Pertemuan keempat berfokus pada analisis SWOT dan SWOT Matrix. Peserta diajarkan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang memengaruhi bisnis mereka. Dengan menggunakan SWOT Matrix, peserta dapat merumuskan strategi yang efektif berdasarkan kombinasi faktor internal dan eksternal. Misalnya, strategi SO (Strength-Opportunity) untuk memanfaatkan kekuatan guna meraih peluang atau strategi WT (Weakness-Threat) untuk mengatasi kelemahan dan menghindari ancaman.

Pertemuan kelima dan keenam difokuskan pada penyusunan business plan. Peserta dibimbing melalui setiap tahap penyusunan, mulai dari executive summary hingga strategi pemasaran dan proyeksi keuangan. Dalam sesi ini, peserta juga diajarkan untuk menyusun rencana keuangan yang realistis, termasuk proyeksi pendapatan, biaya, dan arus kas. Studi kasus digunakan untuk memberikan pemahaman praktis kepada peserta.

Pertemuan ketujuh berfokus pada perhitungan Break-Even Point (BEP) dan Payback Period (PBV). Peserta diajarkan cara menghitung BEP untuk menentukan jumlah penjualan yang diperlukan agar bisnis mencapai titik impas. Sementara itu, PBV digunakan untuk menilai waktu yang dibutuhkan agar investasi awal kembali. Pemahaman ini membantu peserta menyusun proyeksi keuangan yang lebih akurat dan realistis.

Selain pelatihan kelompok, kegiatan ini juga mencakup coaching clinic one-on-one. Dalam sesi ini, peserta mendapatkan bimbingan individual untuk mengidentifikasi potensi bisnis yang sesuai dengan kebutuhan lokal. Pendekatan ini memastikan setiap siswa memahami konsep yang diajarkan secara mendalam dan dapat mengaplikasikannya dalam konteks nyata. Melalui sesi ini, peserta juga didorong untuk berpikir kritis dan kreatif dalam mengembangkan ide bisnis.

Evaluasi dilakukan secara komprehensif untuk mengukur tingkat keberhasilan kegiatan. Pre-test dan post-test digunakan untuk menilai peningkatan pemahaman siswa sebelum dan setelah pelatihan. Observasi dilakukan selama kegiatan untuk mengamati partisipasi dan antusiasme siswa. Selain itu, business plan yang disusun peserta dievaluasi berdasarkan kelengkapan, kreativitas, dan relevansinya dengan kebutuhan pasar. Guru pendamping juga memberikan masukan terkait perubahan sikap dan keterampilan siswa selama program berlangsung.

Tingkat ketercapaian keberhasilan kegiatan dilihat dari tiga aspek utama: perubahan sikap, sosial budaya, dan ekonomi. Dari sisi sikap, siswa menunjukkan minat yang lebih besar terhadap kewirausahaan dan peningkatan motivasi untuk berkompetisi di FIKSI. Dari sisi sosial budaya, siswa mampu mengidentifikasi masalah di lingkungan mereka dan merancang solusi bisnis yang relevan. Selain itu, kolaborasi antar siswa dalam mengembangkan ide bisnis juga meningkat. Dari sisi ekonomi, siswa mulai memahami dasar-dasar perhitungan keuangan dan strategi bisnis, serta merancang ide bisnis yang memiliki potensi nilai ekonomi.

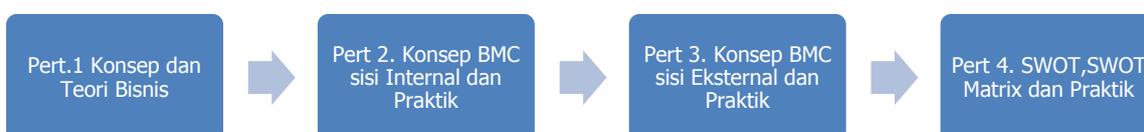
Materi yang disampaikan dalam kegiatan mencakup konsep dasar business plan, penggunaan BMC untuk merancang elemen kunci bisnis, analisis SWOT dan SWOT Matrix untuk evaluasi bisnis, serta perhitungan BEP dan PBV untuk proyeksi keuangan. Semua materi disajikan secara interaktif dengan pendekatan berbasis studi kasus dan simulasi, sehingga peserta dapat memahami dan mengaplikasikan konsep yang diajarkan secara efektif.

Cara kerja dalam kegiatan ini dirancang untuk memastikan ketercapaian tujuan. Data awal dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Berdasarkan data ini, modul pelatihan disusun untuk mencakup teori dan praktik yang relevan. Kegiatan dilaksanakan secara interaktif, dengan fokus pada diskusi, simulasi, dan bimbingan langsung. Hasil kegiatan dianalisis menggunakan statistik deskriptif untuk melihat peningkatan pemahaman siswa, sementara feedback dari guru digunakan untuk memperbaiki program di masa mendatang.

Dengan metode yang terstruktur dan evaluasi yang komprehensif, kegiatan ini diharapkan mampu memberikan dampak positif bagi siswa SMA Negeri 1 Bantul. Tidak hanya dalam meningkatkan pemahaman mereka tentang kewirausahaan, tetapi juga dalam mempersiapkan mereka untuk menghadapi tantangan di dunia nyata.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam proses pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat di SMA Negeri 1 Bantul, para siswa telah dipersiapkan terlebih dahulu oleh pihak sekolah dengan kewajiban mencari ide bisnis yang relevan di masa kini, tidak terkecuali menyesuaikan dengan pasar yang ada. Para siswa dibagi menjadi beberapa kelompok untuk mengembangkan berbagai produk inovatif, seperti kertas daur ulang untuk kemasan, roll deodorant dari bahan alpukat, biskuit labu untuk balita, serta tas berbahan kulit jagung. Dalam pelaksanaannya, setiap kelompok menunjukkan progres yang bervariasi, mulai dari siswa yang masih berada pada tahap perencanaan konsep hingga siswa yang sudah mencapai level uji coba pembuatan produk. Tantangan ini mendorong siswa untuk tidak hanya kreatif tetapi juga terampil dalam mengelola ide menjadi peluang bisnis yang konkret. Selama masa pengabdian, tim melakukan pelatihan dan mentoring dengan fokus pengenalan BMC dan SWOT Matrix sebanyak 4x pertemuan dari 7 pertemuan yang ada, dengan *timeline* sebagai berikut:



Gambar 1. *Timeline* Pengabdian SMA Negeri 1 Bantul

Kegiatan pengabdian yang dilaksanakan oleh tim dirancang untuk menjawab kebutuhan siswa-siswi SMAN 1 Bantul dengan mengadakan tujuh pertemuan yang masing-masing terdiri dari dua sesi utama antara lain penyampaian materi teoretis dan praktik/implementasi pada ide bisnis masing-masing kelompok. Pada sesi pertama, para siswa dibekali pemahaman mendalam mengenai elemen-elemen utama dalam perencanaan bisnis menggunakan Business Model Canvas (BMC). Materi yang diberikan meliputi analisis pasar, strategi pemasaran melalui SWOT dan SWOT Matrix, dan deskripsi produk atau jasa. Penyampaian materi dilakukan secara interaktif dengan diskusi dan tanya jawab serta kuis menarik, sehingga siswa dapat menggali setiap elemen secara detail dan relevan.

Tahap kedua adalah sesi praktik, di mana para siswa mulai menyusun rencana bisnis mereka sendiri berdasarkan ide produk masing-masing kelompok. Dalam kelompok-kelompok kecil, mereka diajak untuk mengidentifikasi peluang pasar, identifikasi area eksternal dan internal bisnis, menganalisis kekuatan, ancaman, tantangan dan kelemahan bisnis dengan *SWOT analysis*, serta merancang strategi pemasaran dengan SWOT Matrix. Kegiatan ini didukung dengan mentoring langsung dari tim pengajar FBE UAJY yang memberikan panduan dalam mengaplikasikan teori ke dalam business plan. Setiap kelompok kemudian mengkonsultasikan hasilnya, yang diikuti oleh sesi umpan balik berupa penilaian atas kekuatan dan rekomendasi perbaikan dari para mentor.

1. Pelatihan Business Model Canvas

Pada pengabdian ini tim penyuluh pada awalnya memperkenalkan konsep BMC mulai dari dasar teori hingga penyusunannya. Business Model Canvas (BMC), merupakan alat strategis yang digunakan untuk merancang atau menganalisis model bisnis secara terstruktur (Nugroho, Iqbal dan Haikal, 2024). BMC terdiri dari sembilan elemen utama yang saling berhubungan untuk membantu bisnis menciptakan, menyampaikan, dan menangkap nilai. Elemen pertama adalah Key Partners atau mitra utama, yang mencakup pihak eksternal seperti pemasok, distributor, atau mitra strategis yang membantu operasional bisnis (Dewi, Firdaus dan Riandi, 2023). Selanjutnya adalah Key Activities, yang meliputi aktivitas inti yang harus dilakukan untuk menciptakan nilai, menjalankan operasional, dan menghasilkan pendapatan. Elemen ini didukung oleh Key Resources, yang mencakup aset penting seperti sumber daya fisik, intelektual, manusia, dan finansial yang diperlukan untuk menjalankan bisnis.

Inti dari model ini adalah Value Proposition, yaitu nilai unik yang ditawarkan kepada pelanggan. Elemen ini menjelaskan bagaimana produk atau jasa bisnis dapat memenuhi kebutuhan pelanggan atau menyelesaikan masalah mereka. Selanjutnya, ada Customer Relationships, yang menggambarkan bagaimana bisnis membangun dan menjaga hubungan dengan pelanggan melalui layanan, komunitas, atau dukungan pribadi. Bersamaan dengan itu, Channels menjelaskan saluran distribusi dan komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan produk atau jasa kepada pelanggan.

Customer Segments adalah elemen penting lainnya yang mengidentifikasi kelompok pelanggan berdasarkan kebutuhan, karakteristik, atau perilaku yang menjadi target utama bisnis. Untuk mendukung semua elemen tersebut, Cost Structure merinci biaya operasional, baik tetap maupun variabel, yang diperlukan untuk menjalankan model bisnis. Terakhir, Revenue Streams menggambarkan bagaimana bisnis menghasilkan pendapatan, misalnya melalui penjualan produk, model langganan, atau metode pendapatan lainnya. Harapannya, melalui kerangka BMC ini, siswa dapat menganalisis dan mengembangkan strategi yang lebih terfokus dan efektif dalam menyusun business plan. Hal ini dikarenakan dengan memahami hubungan antar elemen dalam BMC, bisnis dapat mengoptimalkan sumber daya dan menciptakan model yang berkelanjutan untuk mencapai tujuan mereka. Dalam proses pemaparan BMC, yang dilakukan oleh mentor adalah dengan memberikan penjelasan secara mendetail tentang kesembilan channel tersebut kemudian memberikan kesempatan untuk menyusun sendiri BMC dari masing-masing bisnis yang diusulkan. Pada saat pelaksanaan, siswa juga didorong untuk memiliki rasa ingin tahu lebih. Dalam prosesnya, rasa

ingin tahu tersebut tercermin dari beberapa pertanyaan yang diajukan, dimana diantaranya adalah:

Tabel 1. Hasil Tanya Jawab Sesi *Business Model Canvas*

Pertanyaan oleh Peserta	Jawaban oleh Mentor/Tim
Dalam kaitannya dengan channel/saluran, kira-kira saluran mana yang paling efektif? Apakah saluran tersebut lebih efektif secara digital, fisik, atau kombinasi keduanya?	Para mentor kemudian memberikan penjelasan bahwa dalam menentukan saluran efektif memerlukan pemahaman mendalam tentang pelanggan, produk, dan sumber daya. Saluran digital cocok untuk menjangkau audiens luas dengan biaya rendah, terutama bagi pelanggan yang aktif secara online. Sebaliknya, saluran fisik efektif untuk produk yang membutuhkan pengalaman langsung, seperti mencicipi makanan atau mencoba pakaian, sekaligus membangun hubungan personal. Kombinasi digital dan fisik adalah strategi ideal, menggabungkan jangkauan digital dengan pengalaman fisik yang mendalam. Media sosial dapat digunakan untuk promosi, sementara toko fisik atau pop-up store menawarkan interaksi langsung. Strategi ini memberikan fleksibilitas bagi pelanggan sekaligus memastikan efektivitas jangkauan dan pengalaman.
Dalam kaitannya dengan key activities, bagaimana cara mengelolanya secara efisien?	Para mentor kemudian memberikan penjelasan bahwa untuk mengelola key activities secara efisien, pertama-tama, identifikasi aktivitas inti yang paling penting dalam menciptakan nilai bagi pelanggan, seperti produksi, pemasaran, distribusi, atau layanan pelanggan. Selanjutnya, buat proses yang terstruktur dengan membagi aktivitas menjadi tugas-tugas spesifik, menetapkan tanggung jawab yang jelas, dan menggunakan alat manajemen proyek untuk memantau kemajuan. Gunakan teknologi untuk mengotomatisasi proses rutin, seperti otomatisasi 23 pemasaran atau pengelolaan inventaris. Lakukan evaluasi berkala untuk mengidentifikasi aktivitas yang kurang efisien dan cari solusi untuk mengurangnya, seperti outsourcing atau kolaborasi dengan mitra. Fokus pada peningkatan kualitas, pengendalian biaya, dan pengelolaan waktu untuk memastikan keberlanjutan operasional

Dari hasil diatas terlihat bahwa para pelajar menyimak dengan baik penjelasan dan pelatihan yang disampaikan oleh para mentor sehingga beberapa pertanyaan muncul. Dari sesi ini, mentor kemudian melakukan sesi praktik dimana pelajar diminta untuk kemudian membuat BMC untuk masing-masing ide bisnisnya untuk kemudian dikonsultasikan kepada mentor. Dari hasil pemaparan kerangka BMC yang ada, beberapa hal yang disoroti oleh mentor kepada ide bisnis para pelajar. Tim utamanya menyoroti berbagai elemen penting dalam BMC untuk memastikan ide bisnis mereka memiliki dasar yang kokoh dan potensi keberlanjutan yang tinggi. Pertama, penting untuk memastikan bahwa segmen pelanggan telah terdefinisi dengan jelas. Pemilik bisnis harus memahami siapa target pelanggan mereka dan apa kebutuhan utama dari segmen tersebut. Kejelasan dalam menentukan target pasar membantu bisnis lebih fokus dalam menyediakan produk atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan potensial. Selanjutnya, proposisi nilai yang mereka tawarkan harus unik dan memberikan solusi nyata bagi masalah atau kebutuhan pelanggan. Pelajar perlu menjelaskan dengan jelas apa yang membedakan produk atau jasa mereka dari kompetitor, sehingga pelanggan memiliki alasan kuat untuk memilih bisnis mereka.

Tim berusaha untuk memastikan ide mereka sesuai dengan potensi dan kebutuhan lokal di Bantul, seperti memanfaatkan sumber daya alam atau kearifan lokal. Tim juga membantu siswa melihat potensi dampak sosial dari ide bisnis mereka, seperti mendukung UMKM lokal, lingkungan,

atau komunitas. Pendekatan ini dapat membantu siswa memahami elemen penting dalam BMC, meningkatkan kualitas ide bisnis mereka, dan memberikan wawasan tentang bagaimana mengelola bisnis secara strategis.

2. Pelatihan SWOT dan SWOT Matrix

Pelatihan SWOT dan SWOT Matrix yang diberikan untuk pelajar SMA Negeri 1 Bantul dipilih oleh tim karena tim merasa bahwa dalam membuat sebuah ide bisnis, tidak lengkap apabila pemilik bisnis belum menyadari keunggulan dari bisnis yang dimiliki, peluang yang bisa dimanfaatkan, kelemahan bisnis dan ancaman dari luar bisnis yang perlu dipertimbangkan oleh pemilik bisnis. Selanjutnya setelah mengetahui ke-4 elemen tersebut, maka kemudian pemilik bisnis mampu memanfaatkan analisisnya untuk membuat strategi terbaik guna bisnis yang dimiliki.

SWOT sendiri merupakan akronim dari Strengths (Kekuatan), Weaknesses (Kelemahan), Opportunities (Peluang), dan Threats (Ancaman) (Sasoko dan Mahrudi, 2022). Kekuatan mencakup keunggulan internal yang dapat dimanfaatkan, seperti sumber daya, kompetensi, atau reputasi yang baik. Kelemahan adalah aspek internal yang perlu diperbaiki, seperti keterbatasan sumber daya atau kurangnya pengalaman. Di sisi lain, Peluang merupakan kondisi eksternal yang dapat mendukung pertumbuhan, seperti tren pasar, kemajuan teknologi, atau perubahan kebijakan yang menguntungkan. Sementara itu, Ancaman adalah faktor eksternal yang dapat menghambat pencapaian tujuan, seperti kompetisi ketat, regulasi yang tidak mendukung, atau ketidakstabilan ekonomi (Suriono, 2021).

Dalam SWOT Matrix, kombinasi faktor-faktor ini digunakan untuk menyusun strategi yang efektif (Prasasti dan Feranika, 2024). Strategi SO (Strength-Opportunity) bertujuan memanfaatkan kekuatan untuk meraih peluang, sementara strategi WO (Weakness-Opportunity) fokus memperbaiki kelemahan agar mampu menangkap peluang. Strategi ST (Strength-Threat) menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman, dan strategi WT (Weakness-Threat) meminimalkan kelemahan guna mengurangi dampak ancaman. Dengan memahami SWOT Matrix, organisasi dapat membuat keputusan strategis yang lebih terarah, mengoptimalkan keunggulan, serta mengurangi risiko yang mungkin timbul (Martono, 2022). Dalam prosesnya muncul beberapa pertanyaan yang diajukan siswa, yaitu:

Tabel 2. Hasil Tanya Jawab Sesi SWOT dan SWOT Matrix

Pertanyaan oleh Peserta	Jawaban oleh Mentor/Tim
Bagaimana membedakan ancaman dan kelemahan?	Para mentor kemudian memberikan penjelasan bahwa Ancaman (Threats) dan kelemahan (Weaknesses) memiliki perbedaan mendasar berdasarkan asalnya. Kelemahan adalah faktor internal yang menghambat kinerja atau kemampuan bisnis, seperti keterbatasan modal, kurangnya keterampilan tim, atau efisiensi produksi yang rendah. Kelemahan dapat dikendalikan atau diperbaiki oleh organisasi karena berasal dari dalam. Sementara itu, ancaman adalah faktor eksternal yang berpotensi merugikan bisnis, seperti persaingan ketat, perubahan regulasi, atau fluktuasi ekonomi. Ancaman tidak dapat sepenuhnya dikendalikan oleh bisnis, tetapi dapat diantisipasi melalui strategi mitigasi. Dengan memahami perbedaan ini, bisnis dapat lebih fokus memperbaiki kelemahan internal sambil menyiapkan langkah untuk menghadapi ancaman eksternal.
Bagaimana cara memantau?	Penjelasan yang diberikan mentor adalah Untuk memantau perkembangan dan keberhasilan strategi dari SWOT yang disusun, langkah pertama adalah menetapkan indikator kinerja utama (KPI) yang relevan dengan setiap strategi,

perkembangan dan keberhasilan strategi dari swot yang disusun? seperti peningkatan penjualan atau pengurangan biaya. Rencana tindak lanjut yang terstruktur dengan timeline dan tanggung jawab jelas juga penting untuk memastikan implementasi berjalan lancar. Evaluasi kinerja dilakukan secara berkala, seperti bulanan atau kuartalan, untuk membandingkan hasil aktual dengan target yang telah ditetapkan. Penggunaan teknologi, seperti dashboard manajemen atau CRM, dapat membantu memantau data secara real-time. Jika strategi tidak efektif, lakukan revisi berdasarkan data evaluasi. Komunikasikan hasil kepada tim untuk mendorong perbaikan dan keberlanjutan strategi.

Secara umum, implementasi SWOT pada ide bisnis siswa yang telah mengidentifikasi kekuatan dan peluang telah dimulai dengan menganalisis kekuatan mereka, seperti kreativitas atau keterampilan unik, untuk menangkap peluang seperti tren pasar atau dukungan komunitas. Namun, membedakan kelemahan dan ancaman memerlukan analisis lebih mendalam. Di kemudian hari siswa perlu melihat kelemahan sebagai faktor internal, seperti kurangnya modal atau pengalaman, yang dapat diatasi melalui pelatihan atau kolaborasi. Ancaman, seperti persaingan atau perubahan regulasi, adalah faktor eksternal yang membutuhkan strategi mitigasi, seperti diversifikasi produk atau adaptasi terhadap tren. Dengan memahami perbedaan ini, mereka dapat menyusun strategi yang lebih fokus dan efektif untuk mengembangkan bisnisnya.

Berikut adalah dokumentasi kegiatan pelatihan dan pendampingan oleh tim kepada pelajar SMA Negeri 1 Bantul mengenai BMC, SWOT dan SWOT Matrix guna mempersiapkan lomba FIKSI yang akan dilakukan oleh para pelajar:

Tabel 3. Dokumentasi Kegiatan Pengabdian di SMA Negeri 1 Bantul

Kegiatan	Dokumentasi
Foto bersama Tim dan Peserta Pelatihan (Pelajar SMA Negeri 1 Bantul)	
Sesi Penyampaian Materi Pengabdian	
Sesi Konsultasi dan Mentoring Ide Bisnis serta Pembuatan BMC/SWOT Matrix Kelompok	

Sesi Games (kuis) dengan Kahoot!



Pembagian Hadiah



Selama kegiatan pengabdian berlangsung, tim juga secara interaktif melakukan berbagai games dengan penggunaan kuis kahoot!. Kuis dimainkan diawal sebelum pelatihan (pra-pelatihan) dan setelah kegiatan (post-pelatihan). Games pertama dilakukan diawal kegiatan, digunakan untuk melihat dimana kemampuan peserta sebelum menerima materi. Peserta pada pra kegiatan mencapai tingkat akurasi 87%, yang menunjukkan pemahaman yang cukup baik terhadap materi yang diuji, meskipun masih ada ruang untuk perbaikan. Dengan jumlah peserta sebanyak 27 orang, partisipasi dalam aktivitas ini tergolong tinggi dan mencerminkan antusiasme yang baik. Aktivitas ini terdiri dari 10 pertanyaan yang diselesaikan dalam waktu 9 menit, menunjukkan efisiensi peserta dalam menjawab pertanyaan dengan rata-rata waktu sekitar 54 detik per pertanyaan.

Selanjutnya kegiatan kuis dengan kahoot! yang dilaksanakan setelah pelatihan juga dilakukan guna melihat tingkat keberhasilan kegiatan pengabdian oleh tim. Peserta pada pasca kegiatan berhasil mencapai tingkat akurasi yang sangat tinggi, yaitu 92% naik 5% dari kuis pra-pelatihan, menunjukkan pemahaman yang sangat baik terhadap materi atau topik yang diuji. Dengan melibatkan 25 peserta, partisipasi dalam aktivitas ini tergolong sangat aktif, mencerminkan antusiasme peserta dalam berkontribusi. Aktivitas terdiri dari 15 pertanyaan yang diselesaikan dalam waktu 9 menit, dengan rata-rata waktu sekitar 36 detik per pertanyaan, menunjukkan efisiensi peserta dalam memahami dan menjawab dengan cepat. Ajakan untuk bermain kembali memberikan peluang bagi peserta untuk meningkatkan skor atau melibatkan kelompok baru untuk mencoba melampaui hasil ini, sehingga menciptakan dinamika kompetitif yang positif. Meskipun hasilnya sudah sangat baik, masih ada ruang untuk mencapai kesempurnaan dengan mengidentifikasi pertanyaan yang mungkin belum terjawab dengan benar, yang sekaligus dapat memperkuat pemahaman peserta terhadap materi. Aktivitas ini tidak hanya menjadi indikator keberhasilan peserta dalam memahami materi, tetapi juga memberikan suasana interaktif dan kompetitif yang meningkatkan keterlibatan serta motivasi peserta untuk terus belajar dan berkembang.

KESIMPULAN

SMA Negeri 1 Bantul saat ini sedang mempersiapkan siswa-siswinya untuk mengikuti Festival Inovasi Kewirausahaan Siswa Indonesia (FIKSI) 2025 dengan menantang mereka menciptakan inovasi kewirausahaan berbasis ide kreatif dan aplikatif, seperti produk kertas daur ulang untuk kemasan, roll deodorant berbahan alpukat, biskuit labu untuk balita, serta tas berbahan kulit jagung. Untuk mendukung persiapan tersebut, Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta (FBE UAJY) melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema "Transformasi Ide Menjadi Peluang," yang mencakup pendampingan dan pelatihan penyusunan business plan berbasis metode Business Model Canvas (BMC) dan analisis SWOT. Kegiatan ini terdiri dari dua sesi utama: penyampaian materi teoretis yang interaktif dengan diskusi dan kuis, serta praktik pembuatan business plan yang difasilitasi dengan mentoring langsung. Dalam sesi teori, siswa mempelajari elemen-elemen BMC seperti Value Proposition, Key Activities, dan Channels, serta cara menyusun SWOT Matrix untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

Pada sesi praktik, para peserta diterapkan untuk menyusun BMC dan SWOT Matrix dari ide bisnis masing-masing kelompok dengan bimbingan mentor. Siswa diajak mengidentifikasi peluang pasar, menganalisis kelemahan, serta merancang strategi pemasaran dan keuangan. Progres setiap kelompok bervariasi, mulai dari tahap perencanaan hingga uji coba produk. Para siswa menunjukkan antusiasme melalui diskusi, presentasi, dan pertanyaan kritis, seperti bagaimana memilih saluran distribusi yang efektif dan cara memantau keberhasilan strategi yang dirancang. Program ini menghasilkan dampak positif, di mana siswa mampu mengembangkan kemampuan analitis, kreativitas, dan kerja sama tim, sehingga meningkatkan kesiapan mereka untuk berkompetisi di FIKSI 2025.

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh FBE UAJY di SMA Negeri 1 Bantul berhasil memberikan pelatihan komprehensif tentang penyusunan business plan berbasis Business Model Canvas (BMC) dan analisis SWOT. Program ini meningkatkan pemahaman siswa, terlihat dari peningkatan tingkat akurasi dari 87% pada pra-kegiatan menjadi 92% pada pasca-kegiatan, serta mempersiapkan mereka untuk berkompetisi di FIKSI 2025. Dengan pendekatan yang interaktif dan bimbingan yang mendalam, pelatihan ini tidak hanya meningkatkan keterampilan kewirausahaan para peserta tetapi juga memotivasi mereka untuk mengembangkan ide bisnis menjadi peluang nyata. Program ini berkontribusi pada penciptaan generasi muda yang kreatif, kompetitif, dan siap menghadapi tantangan global.

Melalui program ini, FBE UAJY berhasil memberikan kontribusi nyata dalam mendukung pendidikan kewirausahaan di SMA Negeri 1 Bantul, menciptakan generasi muda yang kreatif, kompetitif, dan memiliki kemampuan kewirausahaan yang aplikatif. Dengan menguasai kerangka BMC dan SWOT Matrix, para peserta mampu menyusun strategi bisnis yang lebih terarah, efektif, dan berkelanjutan, mempersiapkan mereka tidak hanya untuk kompetisi tetapi juga untuk masa depan sebagai wirausahawan yang tangguh.

Untuk saran, penggunaan kuis atau evaluasi kecil secara berkala dapat membantu memastikan pemahaman para peserta terhadap materi yang disampaikan. Variasi dalam media penyampaian, seperti penggunaan video, animasi, atau infografis, dapat membantu peserta memahami materi dengan lebih mudah dan menarik. Saran bagi Universitas Atma Jaya Yogyakarta yaitu diharapkan mampu terus memperluas program pengabdian masyarakat seperti ini ke sekolah-sekolah lain, sehingga lebih banyak pelajar yang dapat merasakan manfaat pelatihan kewirausahaan.

Keterlibatan mahasiswa dalam program ini juga perlu ditingkatkan untuk memberikan mereka pengalaman langsung dalam pengajaran dan kewirausahaan. Selain itu, evaluasi berkelanjutan terhadap dampak program pasca-pelatihan dapat dilakukan untuk melihat sejauh

mana pelatihan ini mendukung perkembangan siswa, terutama dalam kompetisi seperti FIKSI. Integrasi teknologi dalam program pelatihan, seperti melalui aplikasi pembelajaran atau platform digital, juga dapat memperkaya pengalaman siswa selama pelatihan.

SMA Negeri 1 Bantul diharapkan dapat meningkatkan pendampingan kepada siswa dalam mengembangkan ide bisnis mereka setelah pelatihan, terutama menjelang FIKSI 2025. Sekolah juga disarankan untuk menyediakan akses yang lebih luas ke sumber daya seperti internet, buku, atau database, sehingga siswa dapat melakukan riset pasar dan kompetitor secara lebih mendalam. Membangun ekosistem kewirausahaan di sekolah, seperti menyediakan ruang kerja bersama (co-working space) atau inkubator bisnis, dapat mendukung kreativitas siswa. Program pelatihan ini juga sebaiknya dijadikan program berkelanjutan dengan melibatkan mitra seperti universitas atau perusahaan untuk memberikan pelatihan kepada angkatan siswa berikutnya, sehingga manfaatnya terasa secara berkala/tidak dalam 1 periode saja.

DAFTAR PUSTAKA

- Bernadeta Wahyu Astri Pratita. (2023). PELATIHAN MEMBUAT *BUSINESS PLAN* BAGI SISWA-SISWI KELAS XII SMK PUTRA INDONESIA MALANG. *NUSANTARA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 109–113. <https://doi.org/10.55606/nusantara.v3i1.828>
- Dewi, D. H., Firdaus, A., & Riandi, N. (2023). Penyuluhan dan pendampingan kewirausahaan dengan analisis business model canvas (BMC) bagi pelaku UMKM: Desa Cilember Kecamatan Cisarua, Kabupaten Bogor. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Darul Ulum*, 2(1), 40-50.
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2024. Data Referensi. Diakses pada 12 November 2024. <https://referensi.data.kemdikbud.go.id/pendidikan/npsn/20400405>
- Lutfi, L., & Churiyah, M. (2023). Perumusan Strategi Pelatihan "SMA Double Track" Untuk Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan Siswa SMA Yang Berbasis SWOT. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 1(2), 22-35.
- Martono, S. (2022). Analisis Swot Untuk Menentukan Strategi Pemasaran Usaha Telur Puyuh Mbak Tik. *JMBPpreneur: Jurnal Manajemen, Bisnis, dan Kewirausahaan*, 2(02), 45-53.
- Noviani, L., Wahida, A., & Umiatsih, S. T. (2022). Strategi Implementasi Proyek Kewirausahaan Di SMA Negeri 1 Sumberlawang. *Jurnal Kewirausahaan Dan Bisnis*, 27(1), 60-70.
- Nugroho, B. Y. S., Iqbal, M., & Haikal, H. (2024). PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS (BMC) PADA SISWA SMKN 1 PRINGSURAT. *PEDAMAS (PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT)*, 2(06), 1846-1854.
- Pramularso, E. Y., Nurhayaty, E., Susilowati, I. H., & Marginingsih, R. (2022). Pelatihan Pembuatan Business Plan Dengan Menggunakan Metode Business Model Canvas (BMC) Pada Komunitas Perempuan Indonesia Maju. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 6(2), 726-732.
- Prasasti, L., & Feranika, A. (2024). Perencanaan Strategi Pengembangan Usaha Menggunakan Formulasi Matrik SWOT dan Metode QSPM. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(3), 680-686.
- Sasoko, D. M., & Mahrudi, I. (2022). Teknik Analisis SWOT dalam Sebuah Perencanaan Kegiatan. *Jurnal Perspektif-Jayabaya Journal of Public Administration*, 22(1), 8-19.
- Setiarini, S. E. (2013). Business plan sebagai implementasi kewirausahaan pada pembelajaran ekonomi di SMA. *Dinamika Pendidikan*, 8(2).
- Shanti Nugroho Sulistyowati, & Fahimul Amri. (2023). *Business plan* Proposal Preparation Training to Improve Student Understanding in Starting a Business. *GANDRUNG: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 1208-1215. <https://doi.org/10.36526/gandrung.v4i2.2832>
- Siahaan, et al. (2021). PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN PEMBUATAN *BUSINESS PLAN* PADA SISWA SMK BUDISATRYA KECAMATAN MEDAN TEMBUNG KOTA MEDAN. Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat LPPM Universitas Negeri Medan. <https://digilib.unimed.ac.id/id/eprint/43685/1/Fulltext.pdf>

- Subekti, P., Yogatama, A. N., Anjaningrum, W. D., & Sidi, A. P. (2021). Pelatihan Business Model Canvas Bagi Siswa SMA Diponegoro Tumpang Dalam Membangun Bisnis di Masa Pandemi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 79-90.
- Suriono, Z. (2021). Analisis SWOT dalam identifikasi mutu pendidikan. *ALACRITY: Journal of Education*, 94-103.
- Wijaya, S. (2024). Membuat Perencanaan Bisnis Sederhana Dengan Menggunakan Business Model Canvas (BMC) Bagi Siswa SMA Solideo Tangerang. *BERDAYA: Jurnal Pendidikan dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 11-20.
<https://doi.org/10.36407/berdaya.v7i1.1433>