

## Penguatan Proyek Kreatif dan Kewirausahaan (PKK) Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri 1 Sukawati

Helmy Syakh Alam<sup>1</sup>, Ketut Tri Budi Artani<sup>2</sup>, I Made Sudama<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Sistem Informasi Akuntansi, Fakultas Teknologi Informasi dan Desain,  
Universitas Primakara, Indonesia

<sup>2</sup>Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Primakara, Indonesia

<sup>3</sup>Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Primakara, Indonesia

E-mail: helmy@primakara.ac.id

### Abstract

*Purpose: Entrepreneurship training at SMK Negeri 1 Sukawati aims to provide students with a deep understanding of modern business concepts and the strategic use of the Business Model Canvas (BMC) to strengthen the Creative and Entrepreneurship Project (PKK). Methodology: This research employs Design Thinking approach to identify the needs of students and teachers related to the implementation of the Creative and Entrepreneurship Project (PKK). BMC training was conducted at SMK Negeri 1 Sukawati, involving 122 students in the development of business ideas and filling out BMC. Results and Discussion: The results indicate a predominance of business ideas in culinary and fashion sectors, with the main challenges lying in financial understanding and business management. Students demonstrate strength in identifying customer segments and distribution channels through strong digital skills, yet they require further development in cost management, revenue streams, key resources, and strategic partnerships. Implications: Understanding the elements of BMC that need enhancement, particularly financial literacy, as well as mentorship and internship programs to strengthen students' business skills.*

**Keywords:** *Entrepreneurship, Business Model Canvas (BMC), Design Thinking, Creative and Entrepreneurship Project, Kurikulum Merdeka*

### Abstrak

Tujuan: Pelatihan kewirausahaan di SMK Negeri 1 Sukawati memiliki tujuan untuk memberikan pemahaman mendalam kepada pelajar tentang konsep bisnis modern dan penggunaan Business Model Canvas (BMC) sebagai alat strategis sebagai penguatan Proyek Kreatif dan Kewirausahaan (PKK). Metodologi: Penelitian ini menggunakan pendekatan Design Thinking untuk mengidentifikasi kebutuhan pelajar dan guru terkait implementasi Proyek Kreatif dan Kewirausahaan (PKK). Pelatihan BMC dilaksanakan di SMK Negeri 1 Sukawati dengan melibatkan 122 pelajar dalam pembentukan ide bisnis dan pengisian BMC. Hasil dan Pembahasan: Hasilnya menunjukkan dominasi ide bisnis di bidang kuliner dan fashion, dengan tantangan utama terletak pada pemahaman keuangan dan manajemen bisnis. Pelajar menunjukkan keunggulan dalam identifikasi segmen pelanggan dan saluran distribusi melalui keterampilan digital yang kuat, namun masih memerlukan pengembangan dalam manajemen biaya, aliran pendapatan, sumber daya utama, dan kemitraan strategis. Implikasi: Mengetahui elemen-elemen dari BMC yang perlu untuk lebih ditingkatkan, terutama literasi keuangan, serta program *mentorship* dan magang untuk memperkuat keterampilan bisnis pelajar. Saran: Untuk mengatasi beberapa hal yang menjadi tantangan bagi pelajar di SMK Negeri 1 Sukawati, maka disarankan untuk melaksanakan program-program sebagai berikut: (1) menyediakan pelatihan yang lebih mendalam mengenai manajemen keuangan dan biaya. Pelatihan ini dapat mencakup pemahaman tentang nilai pasar produk atau layanan, serta strategi perencanaan aliran pendapatan yang efektif; (2) mengintegrasikan mata pelajaran atau modul keuangan dan manajemen bisnis dalam kurikulum pendidikan agar pelajar memiliki dasar yang kuat dalam aspek keuangan; (3) menyelenggarakan program *mentroship* yang berkelanjutan; dan (4) menyelenggarakan program magang pada perusahaan-perusahaan yang masih berupa rintisan (*start-up*), sehingga bisa ikut terlibat aktif dalam kegiatan pengembangan usaha yang dilakukan oleh *founder*.

**Kata Kunci:** Kewirausahaan, Business Model Canvas (BMC), Design Thinking, Proyek Kreatif dan Kewirausahaan, Kurikulum Merdeka

## PENDAHULUAN

Pelatihan fundamental kewirausahaan memiliki landasan yang kokoh untuk membekali individu dengan keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan dalam menghadapi kompleksitas dunia bisnis modern. Ini dimulai dengan pemahaman mendalam tentang konsep bisnis yang mencakup perencanaan, pengelolaan keuangan, pemasaran, operasional, dan manajemen sumber daya manusia. Memahami aspek-aspek ini memungkinkan calon pengusaha untuk membangun landasan yang kuat untuk mengembangkan, menggambarkan, merumuskan, dan menciptakan strategi model bisnis yang berkelanjutan (Cavalcante et.al, 2011).

Salah satu pelatihan fundamental kewirausahaan adalah dengan menggunakan Business Model Canva (BMC). BMC memiliki landasan yang kokoh untuk membekali individu dengan keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan dalam menghadapi kompleksitas dunia bisnis modern. Ini dimulai dengan pemahaman mendalam tentang konsep bisnis yang mencakup perencanaan, pengelolaan keuangan, pemasaran, operasional, dan manajemen sumber daya manusia. Memahami aspek-aspek ini memungkinkan calon pengusaha untuk membangun landasan yang kuat untuk mengembangkan model bisnis yang berkelanjutan. BMC merupakan model bisnis yang terdiri atas sembilan elemen kunci, yakni: *customer segmentation, value proposition, channels, customer relationships, revenue stream, key resources, key activities, key partnerships, dan cost structures* (Osterwalder & Pigneur, 2012).

BMC merupakan alat yang efektif untuk memahami dan merencanakan sebuah bisnis secara strategis dan berfungsi sebagai *template* awal yang ramping (Herawati & Lindriati, 2019). Dalam era di mana kewirausahaan menjadi semakin penting, terutama di tengah persaingan global dan dinamika pasar yang cepat, pelajar SMK perlu mempelajari keterampilan kewirausahaan yang praktis dan dapat diterapkan dalam konteks dunia nyata. BMC mendorong pelajar untuk berpikir kreatif dan inovatif dalam merancang model bisnis yang baru atau memperbaiki yang ada. Pelatihan ini dapat membantu pelajar SMK untuk mengembangkan kemampuan berpikir kritis, analitis, dan kreatifitas mereka dalam merancang solusi bisnis yang unik dan relevan dengan kebutuhan pasar.

Dalam dunia kerja yang terus berubah, kemampuan untuk merancang, mengelola, dan mengembangkan bisnis menjadi semakin penting. Pelatihan BMC memberikan pelajar SMK pengetahuan dan keterampilan yang relevan dengan lingkungan bisnis modern, sehingga mereka dapat siap terjun ke dunia kerja atau memulai usaha sendiri setelah lulus. Pelatihan BMC dapat diintegrasikan ke dalam pembelajaran berbasis proyek di SMK, di mana pelajar dapat menerapkan konsep dan alat BMC untuk merancang model bisnis nyata. Ini memberikan pengalaman belajar yang otentik dan memungkinkan pelajar untuk mengembangkan keterampilan praktis yang dapat mereka terapkan di masa depan (Badan Standar, Kurikulum, dan Asesmen Pendidikan Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia, 2024).

Dengan memiliki pemahaman yang kuat tentang BMC, pelajar SMK akan memiliki keunggulan kompetitif di pasar kerja atau dalam menjalankan bisnis mereka sendiri. Mereka akan lebih mampu untuk mengidentifikasi peluang bisnis, memahami tantangan yang dihadapi, dan merancang strategi yang efektif untuk mengatasi mereka. Hal tersebut akan meningkatkan motivasi pelajar terhadap minat berwirausaha (Giantari & Ramantha, 2019), yang akan membuat seseorang lebih aktif dalam mencari dan memanfaatkan peluang, yang juga secara tidak langsung akan meningkatkan potensi yang dimiliki (Riani, Manurung & Syarqawi, 2022).

Hal ini sejalan dengan kebijakan Kurikulum Merdeka di SMK yang memberikan keleluasaan pada sekolah untuk membuat program pengembangan mata pelajaran Proyek Kreatif dan Kewirausahaan (PKK). Pelatihan BMC dapat menjadi komponen yang penting dalam penguatan PKK dengan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana bisnis dapat direncanakan dan dikembangkan. Selaras dengan Sukarno dan Ahsan (2021) yang melakukan studi kasus penerapan BMC pada Toko Zidni.

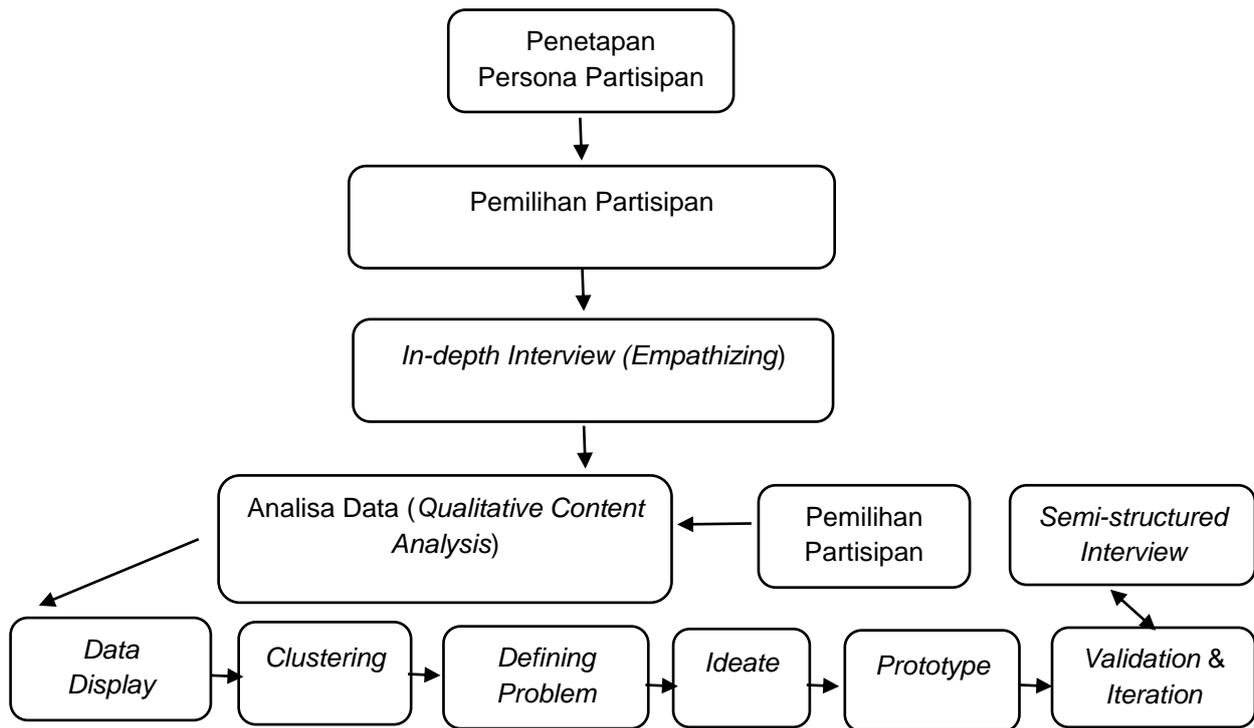


Gambar 1. Pembukaan PkM di SMKN 1 Sukawati, Gianyar, Bali

## **METODE PELAKSANAAN**

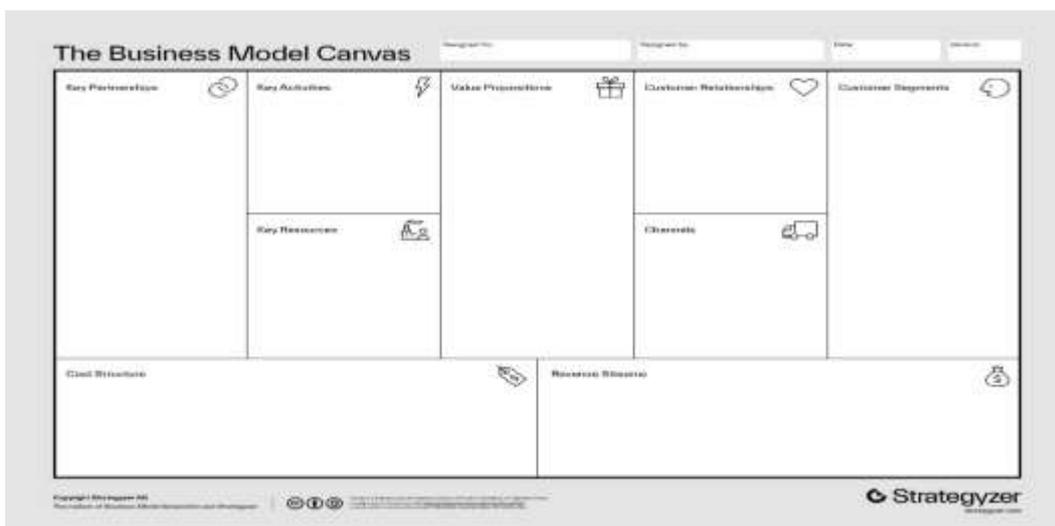
Pelaksanaan pelatihan ini diawali dengan penerapan pendekatan Design Thinking yang bertujuan untuk menggali kebutuhan para pelajar dan guru yang terkait dengan implementasi Proyek Kreatif dan Kewirausahaan (PKK) pada SMK Negeri 1 Sukawati. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Alam et.al (2024) bahwa pendekatan Design Thinking merupakan pendekatan yang berfokus kepada manusia (*human-centred*) yang penerapannya harus benar-benar berfokus kepada mitra, sehingga dapat mendiagnosa dengan tepat hal-hal yang dibutuhkan sekaligus merancang solusinya.

Dari hasil penerapan model Design Thinking (Alam et al, 2024) sebagaimana yang terlihat pada gambar 1, yang dimulai dari proses empati sampai dengan validasi usulan kegiatan yang melibatkan guru-guru di SMK Negeri 1 Sukawati, maka didapatkan suatu titik temu bahwa diperlukan adanya suatu pelatihan kewirausahaan yang praktikal dan mudah diterapkan oleh para pelajar yang dapat memperkuat implementasi PKK, yakni pelatihan kewirausahaan dengan menggunakan BMC.



Gambar 2: Model Design Thinking (Alam et al, 2024)

Hasil dari Design Thinking, ditindaklanjuti dengan kegiatan tahap awal, yakni, pelajar diberi penjelasan tentang konsep kewirausahaan dan cara penggunaan BMC dalam merumuskan ide usaha. Untuk dapat menggunakan BMC secara optimal, diperlukan pemahaman terhadap sembilan elemen yang terdapat di dalamnya. Sembilan elemen tersebut bisa dilihat pada gambar 2 berikut:



Gambar 3. Model Bisnis Canvas (BMC)

[sumber: <https://www.strategyzer.com/library/the-business-model-canvas>]

1. *Customer Segments* (Segmen Pelanggan) adalah kelompok orang atau organisasi yang ingin dijangkau dan dilayani oleh perusahaan. Penting untuk mengetahui siapa pelanggan, untuk siapa nilai ini diciptakan, dan karakteristik utama mereka.
2. *Value Propositions* (Proposisi Nilai) mencakup kombinasi produk dan layanan yang menciptakan nilai bagi segmen pelanggan tertentu. Ini menjawab pertanyaan tentang masalah apa yang akan diselesaikan, kebutuhan apa yang akan dipenuhi, dan mengapa pelanggan memilih produk atau layanan.
3. *Channels* (Saluran) adalah cara perusahaan berkomunikasi dengan dan menjangkau pelanggan untuk menyampaikan proposisi nilai. Saluran ini bisa berupa penjualan langsung, distributor, toko fisik, atau *platform online*.
4. *Customer Relationships* (Hubungan Pelanggan) menggambarkan jenis hubungan yang dibangun perusahaan dengan segmen pelanggannya, seperti dukungan pribadi, layanan mandiri, komunitas, atau kolaborasi pelanggan dalam pembuatan produk.
5. *Revenue Streams* (Aliran Pendapatan) menjelaskan bagaimana perusahaan menghasilkan uang dari setiap segmen pelanggan. Ini bisa berupa penjualan langsung, langganan, fee berbasis penggunaan, atau lisensi. Untuk mendukung semua ini, perusahaan memerlukan
6. *Key Resources* (Sumber Daya Utama), yaitu aset-aset yang diperlukan untuk menciptakan dan menawarkan proposisi nilai, menjangkau pasar, menjaga hubungan pelanggan, dan menghasilkan pendapatan. Sumber daya ini bisa berupa fisik (seperti pabrik), intelektual (merek dagang), manusia (tenaga kerja), atau finansial (pendanaan).
7. *Key Activities* (Kegiatan Utama) adalah tindakan penting yang harus dilakukan perusahaan untuk membuat model bisnisnya berhasil. Kegiatan ini termasuk produksi, pemecahan masalah, dan pengelolaan jaringan atau platform. Perusahaan juga memerlukan
8. *Key Partnerships* (Kemitraan Utama), yaitu jaringan pemasok dan mitra yang membantu membuat model bisnis bekerja. Kemitraan ini bisa berupa aliansi strategis, koperasi, usaha patungan, atau hubungan pembeli-pemasok.
9. *Cost Structure* (Struktur Biaya) mencakup semua biaya yang dikeluarkan untuk mengoperasikan model bisnis. Ini termasuk biaya tetap seperti sewa dan gaji, serta biaya variabel seperti biaya produksi. Memahami struktur biaya membantu perusahaan mengelola dan mengoptimalkan pengeluaran mereka untuk memastikan model bisnis yang berkelanjutan dan menguntungkan.

Dengan adanya 9 elemen tersebut, bisa disimpulkan bahwa BMC merupakan sebuah *framework* yang telah dilengkapi dengan langkah-langkah terstruktur dalam mengembangkan model bisnis (Carter & Carter, 2020).

Tahap berikutnya, adalah kegiatan pendampingan dalam perumusan ide bisnis dan menuangkannya dalam BMC. Kegiatan pendampingan bagi pelajar SMK Negeri 1 Sukawati dilaksanakan dengan pertimbangan bahwa pendampingan merupakan kegiatan yang relevan, bahkan esensial dalam tahap pengembangan yang berkelanjutan bagi

wirausaha pemula, sehingga dapat memberikan dampak yang optimal (St-Jean, 2012). Fitouri & Zouaoui (2021) memperkuat argumen tersebut dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa pengusaha pemula di Tunisia sangat bergantung pada peran kunci dari kegiatan pendampingan atau pembinaan.

Dari 122 pelajar yang mengikuti, dibagi menjadi 17 kelompok, yang masing-masing beranggotakan 7 pelajar (ada 3 kelompok yang beranggotakan 8 pelajar). Ke-17 kelompok ini berdiskusi dengan sesama anggota kelompok, yang didampingi oleh mentor, yang merupakan mahasiswa dari Universitas Primakara dan binaan Inkubator Bisnis Primakara, yang sudah terlatih dalam menggunakan BMC. Peranan mentor sangat membantu dalam meningkatkan rasa keyakinan atau percaya diri dalam melakukan suatu hal (St-Jean & Tremblay, 2020), serta meningkatkan pengetahuan dan perkembangan *socio-emotional* sebagaimana yang ditunjukkan dalam studi terhadap mahasiswa tingkat awal yang berminat untuk menjalankan usaha rintisan (Nabi, Walmsley & Akhtar, 2021).



Gambar 4. Penjelasan Materi BMC

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil pendampingan terhadap 17 kelompok, didapatkan beberapa ide bisnis yang sudah dituangkan secara rinci ke dalam BMC. Ide-ide bisnis yang dihasilkan adalah sebagai berikut: 8 kelompok mempunyai ide bisnis di bidang kuliner, 5 kelompok mempunyai ide bisnis di bidang *fashion*, 4 kelompok mempunyai ide bisnis yang bervariasi, seperti *game house*, *souvenir*, wisata, dan konten digital. Ide-ide bisnis yang dihasilkan sebagian besar merupakan dari pengalaman pelajar yang merasa tidak puas terhadap layanan usaha yang kerap mereka temui.



Gambar 6. Proses Diskusi dan Pembuatan BMC



Gambar 7. Proses Diskusi dan Pembuatan BMC

Dalam perumusan ide bisnis ke dalam BMC, terdapat beberapa elemen BMC yang dirasa sulit oleh pelajar. Hasil lengkap pengisian BMC bisa dilihat pada tabel 1 di bawah ini:

Tabel 1. Hasil Pengisian BMC  
 [Sumber: Pelatihan BMC di SMK Negeri 1 Sukawati]

Ide Bisnis	Jumlah	Elemen BMC								
		1	2	3	4	5	6	7	8	9
Kuliner	8	M	M	M	M	S	M	M	S	S
Fashion	5	M	M	M	M	S	M	M	S	S
Game House	1	M	M	M	M	S	S	M	S	S
Souvenir	1	M	M	M	M	S	S	M	S	S
Wisata	1	M	M	M	S	S	S	M	S	S
Konten Digital	1	M	M	M	M	S	S	M	S	S

M : Mudah, S : Sulit

Dari tabel 1 di atas, dapat diamati distribusi pengisian BMC berdasarkan jenis ide bisnis dan dapat dibuat dalam dua kategori, yakni: kategori mudah, yang meliputi: *Customer Segments* (Segmen Pelanggan), *Value Propositions* (Proposisi Nilai), *Channels* (Saluran), *Customer Relationships* (Hubungan Pelanggan), dan *Key Activities* (Kegiatan Utama); dan kategori sulit, yang meliputi: *Revenue Streams* (Aliran Pendapatan), *Key Resources* (Sumber Daya Utama), *Key Partnerships* (Kemitraan Utama), dan *Cost Structure* (Struktur Biaya).



Gambar 8. Presentasi hasil pembuatan BMC

Pelajar, yang merupakan *digital native*, cenderung merasa mudah dalam mengidentifikasi segmen pelanggan dan merumuskan nilai unik produk atau layanan karena mereka memiliki keterampilan digital yang kuat dan sering kali terhubung dengan tren dan kebutuhan pasar melalui *platform* digital. Mereka dapat dengan cepat memanfaatkan pengalaman pribadi mereka atau umpan balik dari mentor untuk memahami siapa yang akan menjadi pelanggan potensial dan apa yang dapat menarik minat mereka. Selain itu, kemampuan adaptasi mereka yang cepat terhadap teknologi dan media sosial juga membantu dalam menentukan saluran distribusi yang efektif, seperti penjualan *online* atau melalui aplikasi yang populer di kalangan mereka. Hal tersebut menjadi suatu keunggulan sebagaimana yang ditekankan oleh Ries (2011) bahwa menjadi sangat penting suatu usaha harus dapat melakukan eksperimen cepat, pengujian ide, dan iterasi berulang yang berfokus pada inovasi berkelanjutan.

Namun, ketika masuk ke elemen BMC yang melibatkan pemahaman keuangan dan manajemen bisnis, pelajar mengalami tantangan. Mereka mungkin belum memiliki pengalaman yang cukup dalam hal manajemen biaya atau merencanakan aliran pendapatan dari bisnis mereka. Ini bisa disebabkan oleh kurangnya pemahaman tentang nilai pasar dari produk atau layanan yang mereka tawarkan, atau kurangnya pengalaman dalam berinteraksi dengan aspek keuangan yang lebih kompleks dari bisnis. Sari et al (2022) menyampaikan bahwa tingkat literasi keuangan untuk pendidikan menengah atas adalah 52,88% dan tingkat inklusi keuangan adalah 90,46%, yang berarti bahwa telah

memiliki akses keuangan tanpa diimbangi kesadaran akan fungsi dan resiko penggunaannya. Hal ini dipertegas oleh Andriyani, Budidharma & Junianto (2022) yang menyatakan bahwa dengan memiliki pengetahuan literasi keuangan yang baik, akan berdampak pada peningkatan kualitas hidup dan kesejahteraan. Selain itu, sumber daya utama dan kemitraan strategis juga dapat menjadi titik sulit bagi pelajar. Mereka mungkin belum memiliki jaringan yang luas di luar lingkungan sekolah mereka atau belum memiliki pengalaman dalam membangun hubungan kerja sama yang strategis dengan pihak lain.

## **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pelajar, sebagai *digital native*, memiliki keunggulan dalam beberapa elemen Bisnis Model Canvas (BMC) seperti identifikasi segmen pelanggan, perumusan nilai unik produk atau layanan, dan penentuan saluran distribusi yang efektif. Keunggulan ini didukung oleh keterampilan digital yang kuat, koneksi dengan tren pasar melalui platform digital, serta kemampuan adaptasi yang cepat terhadap teknologi dan media sosial. Namun, pelajar masih menghadapi tantangan dalam elemen BMC yang melibatkan pemahaman keuangan dan manajemen bisnis, seperti manajemen biaya, perencanaan aliran pendapatan, pengelolaan sumber daya utama, dan pembentukan kemitraan strategis. Tantangan ini disebabkan oleh kurangnya pengalaman dan pemahaman yang mendalam dalam aspek-aspek tersebut.

## **SARAN**

Untuk mengatasi beberapa hal yang menjadi tantangan bagi pelajar di SMK Negeri 1 Sukawati, maka disarankan untuk melaksanakan program-program sebagai berikut: (1) menyediakan pelatihan yang lebih mendalam mengenai manajemen keuangan dan biaya. Pelatihan ini dapat mencakup pemahaman tentang nilai pasar produk atau layanan, serta strategi perencanaan aliran pendapatan yang efektif; (2) mengintegrasikan mata pelajaran atau modul keuangan dan manajemen bisnis dalam kurikulum pendidikan agar pelajar memiliki dasar yang kuat dalam aspek keuangan; (3) menyelenggarakan program *mentroship* yang berkelanjutan; dan (4) menyelenggarakan program magang pada perusahaan-perusahaan yang masih berupa rintisan (*start-up*), sehingga bisa ikut terlibat aktif dalam kegiatan pengembangan usaha yang dilakukan oleh *founder*.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memfasilitasi berlangsungnya kegiatan pengabdian ini, yakni: (1) Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat (DRPM) Universitas Primakara yang telah memberi bantuan dana dalam pelaksanaan kegiatan dan publikasi hasil kegiatan; (2) Kepala Sekolah, Guru dan Pelajar SMK Negeri 1 Sukawati yang berkenan menjadi tempat kegiatan dan telah mengikuti kegiatan dengan antusias; dan (3) Rekan-rekan Dosen Universitas Primakara dan mahasiswa yang terlibat dalam kegiatan ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Alam, H. S., Dwayani, N. K. S. M., Putra, M. W. P., Irmayanti, N. K. D., Dewi, N. L. A., & Rokhimah, S. A. (2024). Optimalisasi Pengelolaan dan Pemanfaatan Bank Sampah Bhauma Raksha Desa Muncan dengan Penerapan Design Thinking. *Jurnal Bali Membangun Bali*, 5(1), 31-44. <https://ejournal.baliprov.go.id/index.php/jbmb/article/view/330>
- Andriyani, S. S., Budidharmanto, L. P., & Junianto, Y. (2022). Effects of Financial Literacy and Financial Management Teaching on Financial Behaviour. *Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 20(2), 139-148.
- Badan Standar, Kurikulum, dan Asesmen Pendidikan Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia. (2024). *Kajian Akademik Kurikulum Merdeka*. Pusat Kurikulum dan Pembelajaran.
- Cavalcante, Kesting, & Ulhoi. (2011). Business model dynamics and innovation: (re)establishing the missing linkages. *Journal Management Decision*, 49(8). <https://doi.org/10.1108/00251741111163142>
- Carter, M., & Carter, C. (2020). The Creative Business Model Canvas. *Social Enterprise Journal*, 16(2), 141-158. Doi:10.1108/sej-03-2019-0018
- Fitouri, M. & Zouaoui, S. K. (2021). The Impact of the Entrepreneurial Support Relationship on the Learning of Entrepreneurs: An Empirical Assessment with Tunisian Novice Entrepreneurs. *Journal of Business and Entrepreneurships*, 9(2), 19-27.
- Giantari, P. D. G., & Ramantha, W. (2019). Pengaruh Motivasi, Lingkungan Keluarga dan Pendidikan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Akuntansi Reguler. *E-Jurnal Akuntansi*, Vol. 28.1, 1-25.
- Herawati, N., & Lindriati, T. (2019). Penerapan Bisnis Model Kanvas Dalam Penentuan Rencana Manajemen Usaha Kedelai Edamame Goreng. *Jurnal Agroteknologi*, 13(1), 42-51. <https://doi.org/10.19184/j-agt.v13i01.8554>
- Nabi, G., Walmsley, A., & Akhtar, I. (2021). Mentoring Functions and Entrepreneur Development in the Early Years of University. *Studies in Higher Education*, 46(6), 1159-1174. DOI:10.1080/03075079.2019.1665009
- Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2012). *Business Model Generation* (terjemahan). PT. Elex Media Komputindo.
- Riani, R., Manurung, P., & Syarqawi, A. (2022). Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Meningkatkan Minat Wirausaha Siswa di SMA Negeri 1 Silangkitang Kabupaten Labuhanbatu Selatan. *Al-Mursyid: Jurnal Ikatan Alumni Bimbingan dan Konseling Islam*, Vol.4, No. 1. 1-14. DOI: <http://dx.doi.org/10.30829/mrs.v4i1.1345>
- Ries, E. (2011). *The Lean Start-up*. Crown Publishing Group.
- Sari, B. P., Rimbano, D., Marselino, B., Sandy, C. A., & Hairum, R. R. (2022). Determinasi Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja dan Keberlangsungan Usaha UMKM. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 6(3), 2840-2849.

- St-Jean, E. (2012). Mentoring as Professional Development for Novice Entrepreneurs: Maximizing the learning. *International Journal of Training and Development*, 16(3), 200-216, <https://doi.org/10.1111/j.1468-2419.2012.00404.x>.
- St-Jean, E. & Tremblay, M. (2020). Mentoring for Entrepreneurs: A Boost or a Crutch? Long Term Effect of Mentoring on Self-efficacy. *International Small Business Journal*, 38(5), 424-448
- Sukarno, B. R. & Ahsan, M., (2021). Implementasi Strategi Pengembangan Bisnis dengan Model Canvas. *Jurnal MANOVA Vol. IV No. 2, P ISSN: 2685-4716, E ISSN: 2746-282X*