

Penguatan Keterampilan Kewirausahaan Siswa melalui Validasi Prototipe, BMC, dan Kemitraan Bisnis

Andri Irawan¹, Muhammad Ridhwansyah Pasolo^{2*}, Fahrudin Pasolo³

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Yapis Papua

*Corresponding author

E-mail: mrpasolo@gmail.com (Muhammad Ridhwansyah Pasolo)*

Article History:

Received: September, 2026

Revised: September, 2026

Accepted: September, 2026

Abstract: Kegiatan pengabdian ini berfokus pada peningkatan keterampilan kewirausahaan siswa Jurusan Busana Sekolah Negeri Khusus Pariwisata Papua, khususnya dalam validasi produk dan peninjauan kemitraan bisnis. Kegiatan bertujuan membekali siswa agar mampu mengembangkan prototipe, melakukan validasi, menyusun Business Model Canvas (BMC), serta menyiapkan penawaran kerja sama. Pelaksanaan menggunakan pelatihan berbasis praktik melalui diskusi, pengembangan sketsa, mockup, prototipe, presentasi, pemberian umpan balik, evaluasi BMC, dan peninjauan kemitraan. Sebanyak 10 siswa dibagi dalam empat kelompok yang mengembangkan vest kombinasi batik Papua, kemeja batik Papua, tas travel mini batik Papua, dan daster kekinian dengan batik Papua. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa siswa mampu mempresentasikan dan memperbaiki prototipe, mengidentifikasi masalah usaha pada aspek produksi, kanal penjualan, dan distribusi, menentukan kebutuhan kemitraan, serta menyusun nilai dan penawaran kerja sama kepada calon mitra bisnis.

Keywords:

Business Model Canvas; Kemitraan Bisnis; Kewirausahaan Siswa; Prototipe; Validasi Produk

Pendahuluan

Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) memiliki peran penting dalam menyiapkan siswa agar memiliki keterampilan kerja sekaligus kemampuan untuk mengembangkan usaha secara mandiri. Oleh karena itu, pembelajaran kewirausahaan di SMK perlu diarahkan pada kegiatan yang memberikan pengalaman nyata kepada siswa, bukan hanya pada pemahaman konsep. Saputra et al. (2026) menjelaskan bahwa pembelajaran kewirausahaan di SMK dapat mendukung pembentukan jiwa berwirausaha, terutama dalam keberanian mengambil risiko, kreativitas, kepercayaan diri, dan orientasi terhadap masa depan. Pembelajaran berbasis proyek juga dapat digunakan untuk mendukung proses

tersebut. Fauziah et al. (2025) menemukan bahwa *Project Based Learning* dapat meningkatkan kreativitas siswa dalam pembelajaran kewirausahaan karena siswa terlibat dalam pemecahan masalah, kerja sama, dan penyelesaian proyek yang dekat dengan situasi nyata. Pendekatan berbasis praktik juga terlihat pada pelaksanaan edupreneurship melalui *teaching factory* dan *business center*. Mugiarto (2023) menjelaskan bahwa kegiatan tersebut dapat memberikan pengalaman kepada siswa dalam proses produksi, pengendalian mutu, pengamatan kebutuhan konsumen, penjualan, dan pengelolaan usaha. Dengan demikian, pembelajaran kewirausahaan perlu menghubungkan keterampilan teknis yang telah dimiliki siswa dengan keterampilan usaha yang dapat membantu produk mereka masuk ke pasar secara lebih terencana.

Kebutuhan tersebut juga dihadapi oleh Sekolah Negeri Khusus Pariwisata Papua, khususnya pada Jurusan Busana. Sebanyak 10 siswa Jurusan Busana mendapatkan kesempatan mengikuti Program Bantuan Pemerintah Proyek Kreatif dan Kewirausahaan Tahun 2026. Dalam program tersebut, siswa dipersiapkan oleh sekolah untuk menghasilkan produk kreatif dan inovatif yang selanjutnya akan diperkenalkan kepada publik. Kesempatan ini memberikan ruang bagi siswa untuk menerapkan keterampilan busana yang telah dipelajari sekaligus mengembangkan pengalaman kewirausahaan. Namun, kemampuan menghasilkan produk belum sepenuhnya diikuti oleh kemampuan untuk menguji apakah produk yang dibuat telah sesuai dengan kebutuhan calon pengguna. Siswa juga masih membutuhkan keterampilan untuk mengembangkan produk dari tahap ide menuju produk yang lebih siap dipasarkan.

Permasalahan pertama berkaitan dengan proses pembuatan dan validasi produk. Sebelum suatu produk diwujudkan menjadi produk akhir, siswa perlu memahami tahapan pengembangan mulai dari sketsa, *mockup*, hingga prototipe. Prototipe dapat digunakan untuk melihat bentuk awal produk dan menjadi bahan untuk memperoleh masukan sebelum produk dibuat secara lebih lengkap. Melalui proses validasi, siswa dapat mengetahui pendapat calon pengguna, mengenali kelebihan dan kekurangan produk, serta menentukan bagian yang perlu diperbaiki. Permasalahan kedua berkaitan dengan kemampuan mengembangkan produk menjadi bagian dari suatu usaha. Siswa masih memerlukan pemahaman mengenai cara menyusun BMC agar dapat melihat hubungan antara produk, pelanggan, kegiatan utama, sumber daya, saluran pemasaran, biaya, pendapatan, dan calon mitra. Selain itu, siswa juga perlu dilatih menyusun penawaran kerja sama kepada pihak lain yang berpotensi menjadi mitra bisnis.

Sejumlah penelitian dan kegiatan pengabdian sebelumnya telah membahas

pengembangan kewirausahaan siswa SMK dari berbagai sisi. Silaswara et al. (2025) melaksanakan pelatihan kewirausahaan pada siswa SMK Penerus Bangsa Kota Tangerang melalui pemberian materi, diskusi, tanya jawab, dan evaluasi. Kegiatan tersebut terutama diarahkan untuk membuka wawasan siswa mengenai kewirausahaan dan mengubah pandangan bahwa modal merupakan faktor utama dalam memulai usaha. Hasil kegiatan menunjukkan adanya perubahan persepsi peserta terhadap kewirausahaan. Namun, kegiatan tersebut masih lebih banyak menekankan perubahan pemahaman dan persepsi, sehingga pengalaman praktik usaha masih dapat dikembangkan lebih lanjut. Agustini et al. (2025) menggabungkan materi kewirausahaan dengan praktik pembuatan produk kerajinan pada siswa SMK Kartini Surabaya. Kegiatan tersebut memberi kesempatan kepada siswa untuk menghasilkan produk sederhana secara langsung, tetapi proses validasi produk dan pengembangan hubungan dengan calon mitra belum menjadi fokus utama.

Pada sisi perencanaan bisnis, Tanaya et al. (2025) menggunakan *Persona Canvas* dan BMC untuk membantu siswa memahami calon pelanggan dan memetakan unsur-unsur penting dalam usaha. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pengetahuan siswa dan perubahan cara pandang dari sekadar menjual produk menjadi memahami beberapa unsur yang mendukung keberlanjutan usaha. Penelitian Fauziah et al. (2025) juga memperkuat pentingnya pengalaman langsung melalui pembelajaran berbasis proyek untuk meningkatkan kreativitas dan keterlibatan siswa. Selain itu, Winarsih dan Widodo (2021) menunjukkan bahwa praktik pemasaran daring dapat menjadi sarana untuk melatih karakter kewirausahaan dan memberikan pengalaman nyata dalam menawarkan produk kepada konsumen.

Berdasarkan beberapa penelitian dan kegiatan tersebut, pengembangan kewirausahaan siswa SMK telah dilakukan melalui pelatihan, praktik produksi, pemasaran, pemahaman pelanggan, dan penyusunan model bisnis. Namun, dalam literatur yang ditelaah pada kegiatan ini, tahapan tersebut masih banyak dibahas atau diterapkan secara terpisah. Belum ditemukan rangkaian kegiatan yang secara khusus menghubungkan proses pembuatan prototipe, validasi berdasarkan masukan pengguna, perbaikan produk, penyusunan BMC, dan penjajakan kemitraan bisnis dalam satu alur pembelajaran. Siswa tidak hanya dibimbing untuk menghasilkan produk, tetapi juga untuk menguji produk, menggunakan hasil validasi sebagai dasar perbaikan, menyusun model usaha, serta menyiapkan penawaran kerja sama kepada calon mitra. Dengan keterampilan tersebut, siswa diharapkan tidak hanya mampu menghasilkan produk kreatif untuk dipamerkan kepada publik, tetapi juga memiliki dasar kewirausahaan yang lebih baik.

Metode

Kegiatan peningkatan keterampilan kewirausahaan dilaksanakan di Sekolah Negeri Khusus Pariwisata Papua dengan sasaran 10 siswa Jurusan Busana yang mengikuti Program Bantuan Pemerintah Proyek Kreatif dan Kewirausahaan Tahun 2026. Kegiatan diselenggarakan oleh Sekolah Negeri Khusus Pariwisata Papua dengan melibatkan dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Yapis Papua sebagai narasumber. Pelaksanaan kegiatan berlangsung selama dua hari, yaitu 16–17 September 2026, bertempat di Skouw Yambe Room, Sekolah Negeri Khusus Pariwisata Papua. Kegiatan dirancang dalam bentuk pembelajaran langsung yang menggabungkan penyampaian materi, diskusi, praktik, presentasi hasil, pemberian umpan balik, evaluasi model bisnis, dan penjajakan kemitraan. Pendekatan ini dipilih agar siswa tidak hanya memahami konsep kewirausahaan, tetapi juga dapat mempraktikkan tahapan pengembangan produk dan persiapan usaha secara langsung.

Pelaksanaan kegiatan dibagi menjadi tiga tahap, yaitu persiapan, pelaksanaan validasi produk atau jasa, dan penjajakan kemitraan bisnis. Pada tahap persiapan, pihak sekolah mengidentifikasi kebutuhan siswa yang sedang mengikuti Proyek Kreatif dan Kewirausahaan. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa siswa telah memiliki kemampuan dasar dalam menghasilkan karya sesuai kompetensi Jurusan Busana, tetapi masih membutuhkan keterampilan untuk mengembangkan produk secara bertahap, melakukan validasi terhadap produk yang dibuat, serta mempersiapkan model usaha dan kerja sama dengan calon mitra. Berdasarkan kebutuhan tersebut, materi kegiatan disusun dalam dua fokus. Fokus pertama adalah pengembangan dan validasi produk melalui prototipe, sedangkan fokus kedua adalah pengembangan model usaha dan penjajakan kemitraan bisnis. Penyusunan materi juga disesuaikan dengan kondisi siswa yang sedang mempersiapkan produk kreatif untuk diperkenalkan kepada publik.

Tahap pertama dilaksanakan pada 16 September 2026 dengan tema Validasi Produk atau Jasa melalui Prototipe. Kegiatan dimulai dengan pengenalan konsep prototipe dan fungsinya dalam proses pengembangan produk. Siswa diberikan pemahaman mengenai perbedaan antara ide, sketsa, *mockup*, prototipe, dan produk akhir. Penjelasan tersebut bertujuan agar siswa memahami bahwa produk tidak harus langsung dibuat dalam bentuk akhir, tetapi dapat dikembangkan secara bertahap dan diuji terlebih dahulu. Materi kemudian dilanjutkan dengan contoh prototipe produk atau jasa yang berkaitan dengan bidang busana, cara mengenali kebutuhan calon pengguna, serta cara memperoleh masukan terhadap produk yang sedang

dikembangkan. Pada tahap ini siswa diarahkan untuk melihat produk tidak hanya dari sudut pandang pembuat, tetapi juga dari sudut pandang calon pengguna. Setelah memahami konsep dasar, kegiatan dilanjutkan dengan proses pengembangan dan penyempurnaan prototipe. Siswa mempelajari teknik membuat prototipe sederhana, mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan produk, serta menggunakan masukan yang diperoleh sebagai dasar untuk melakukan perbaikan.

Dalam konteks produk busana, tahapan tersebut diarahkan mulai dari pembuatan sketsa, penyusunan *mockup*, hingga pengembangan bentuk prototipe yang dapat digunakan untuk melihat kesesuaian desain sebelum dibuat menjadi produk akhir. Siswa juga diberikan pemahaman bahwa hasil validasi tidak hanya digunakan untuk menentukan apakah produk disukai atau tidak, tetapi juga untuk mengetahui bagian tertentu yang perlu diperbaiki, seperti bentuk, fungsi, kenyamanan, tampilan, maupun kesesuaiannya dengan kebutuhan pengguna. Pada bagian akhir kegiatan, siswa melakukan praktik, mempresentasikan prototipe yang dikembangkan, dan menerima umpan balik sebagai bahan untuk penyempurnaan produk.

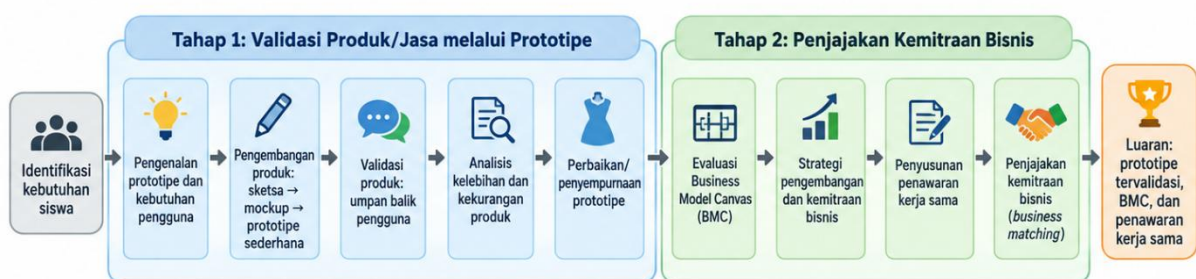
Tahap kedua dilaksanakan pada 17 September 2026 dengan tema Penjajakan Kemitraan Bisnis Murid SMK. Tahap ini merupakan kelanjutan dari proses pengembangan dan validasi produk. Setelah siswa memahami produk yang akan dikembangkan, kegiatan diarahkan pada penyusunan model usaha menggunakan Business Model Canvas (BMC). Siswa diajak mengevaluasi BMC yang telah disusun dengan melihat hubungan antara produk yang ditawarkan dengan segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran pemasaran, hubungan dengan pelanggan, aktivitas utama, sumber daya utama, struktur biaya, sumber pendapatan, dan mitra utama. Evaluasi BMC dilakukan agar siswa dapat melihat produk sebagai bagian dari suatu kegiatan usaha, bukan hanya sebagai hasil keterampilan teknis.

Kegiatan kemudian dilanjutkan dengan materi strategi pengembangan usaha dan kemitraan bisnis. Pada tahap ini siswa diberikan pemahaman mengenai pentingnya mitra dalam pengembangan usaha, jenis pihak yang dapat menjadi mitra, serta manfaat yang dapat diperoleh melalui kerja sama. Siswa diarahkan untuk mengenali kebutuhan usahanya terlebih dahulu sebelum menentukan calon mitra. Dalam bidang busana, calon mitra dapat berkaitan dengan penyedia bahan, pelaku usaha, pihak pemasaran, penyelenggara kegiatan, komunitas, maupun pihak lain yang memiliki hubungan dengan produk yang dikembangkan. Siswa juga diarahkan untuk menyusun penawaran kerja sama secara sederhana dengan menjelaskan produk, keunggulan produk, kebutuhan kerja sama, serta manfaat yang dapat diperoleh kedua pihak. Tahap ini bertujuan membangun kemampuan siswa dalam

menyampaikan gagasan usaha kepada pihak lain dengan cara yang jelas dan terstruktur.

Bagian akhir kegiatan dilakukan melalui peninjauan kemitraan atau *business matching*. Pada tahap ini siswa diarahkan untuk menghubungkan hasil pengembangan produk dan BMC dengan calon pihak yang dapat mendukung perkembangan usaha. Proses ini menjadi latihan bagi siswa untuk menjelaskan produk yang dimiliki, menyampaikan nilai yang ditawarkan, serta membangun komunikasi awal mengenai kemungkinan kerja sama. Dengan demikian, proses pembelajaran tidak berhenti pada pembuatan produk dan penyusunan BMC, tetapi dilanjutkan sampai pada kemampuan memperkenalkan usaha kepada calon mitra.

Ketercapaian kegiatan diarahkan pada tiga hasil utama. Pertama, siswa mampu mengembangkan produk secara bertahap dari sketsa, *mockup*, hingga prototipe dan memahami bahwa prototipe digunakan sebagai tahap pengujian sebelum menghasilkan produk akhir. Kedua, siswa mampu melakukan validasi produk dengan memperoleh masukan, mengenali kelebihan dan kekurangan produk, serta menggunakan hasil validasi untuk melakukan perbaikan. Ketiga, siswa mampu menyusun dan mengevaluasi Business Model Canvas, mengenali calon mitra, dan menyiapkan penawaran kerja sama sebagai dasar peninjauan kemitraan bisnis. Pemantauan terhadap proses tersebut dilakukan selama kegiatan praktik, presentasi, diskusi, dan pemberian umpan balik. Dengan rancangan ini, tahapan kegiatan membentuk alur sketsa–mockup–prototipe–validasi–perbaikan produk–Business Model Canvas–identifikasi mitra–penawaran kerja sama–peninjauan kemitraan bisnis.



Gambar 1. Alur Kegiatan Peningkatan Keterampilan Siswa.

Hasil

Pelaksanaan kegiatan menunjukkan bahwa siswa dapat mengikuti proses pengembangan produk dan peninjauan kemitraan secara bertahap. Hasil kegiatan tidak hanya terlihat dari produk yang dibuat, tetapi juga dari proses diskusi, presentasi, penerimaan umpan balik, serta kemampuan siswa mengidentifikasi

kebutuhan usaha sebelum menentukan calon mitra. Selama kegiatan, 10 siswa Jurusan Busana dibagi menjadi empat kelompok. Setiap kelompok mengembangkan satu produk dengan menggunakan unsur batik Papua dan menyesuaikan desain dengan tema daerah yang dipilih.

Pengembangan dan Validasi Prototipe

Pada hari pertama, kegiatan difokuskan pada pengembangan dan validasi produk melalui prototipe. Setelah memperoleh penjelasan mengenai fungsi prototipe dan tahapan pengembangan produk, setiap kelompok melakukan diskusi untuk mengembangkan produk yang telah direncanakan. Proses pengembangan dilakukan melalui tiga tahapan utama, yaitu sketsa, mockup, dan prototipe. Sketsa digunakan untuk menggambarkan ide awal produk, sedangkan *mockup* digunakan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai bentuk dan tampilan produk. Tahap berikutnya adalah penyusunan prototipe sebagai bentuk awal produk yang dapat dipresentasikan dan dinilai sebelum dikembangkan menjadi produk akhir.



Gambar 2. Siswa Secara berkelompok berdiskusi di pandu oleh narasumber dan melakukan presentasi rancangan produk siswa.

Empat kelompok menghasilkan rancangan produk yang berbeda sebagaimana disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Produk yang dikembangkan oleh kelompok siswa

Kelompok	Produk yang dikembangkan	Tahapan yang dipresentasikan
1	Vest kombinasi batik Papua	Sketsa, <i>mockup</i> , dan prototipe
2	Kemeja batik Papua	Sketsa, <i>mockup</i> , dan prototipe
3	Tas travel mini batik Papua	Sketsa, <i>mockup</i> , dan prototipe
4	Daster kekinian dengan batik Papua	Sketsa, <i>mockup</i> , dan prototipe

Keempat produk tersebut memperlihatkan bahwa siswa tidak hanya menggunakan keterampilan menjahit dan desain yang telah diperoleh dalam pembelajaran Jurusan Busana, tetapi juga mencoba mengembangkan produk dengan ciri khas batik Papua. Setiap kelompok mengembangkan desain sesuai tema daerah yang dipilih sehingga unsur lokal tidak hanya ditempatkan sebagai hiasan, tetapi menjadi bagian dari konsep produk. Proses ini penting karena produk kreatif pada bidang busana perlu memiliki pembeda yang mudah dikenali oleh calon pengguna. Setelah menyelesaikan sketsa, *mockup*, dan prototipe, setiap kelompok mempresentasikan hasilnya di hadapan guru dan narasumber. Presentasi dilakukan agar siswa dapat menjelaskan gagasan produk, tahapan pengembangan, dan bentuk prototipe yang telah dibuat. Pada tahap ini, siswa juga menerima umpan balik dari guru dan narasumber. Umpan balik tersebut menjadi bagian dari proses validasi awal karena siswa memperoleh pandangan dari pihak lain terhadap produk yang dikembangkan. Dengan demikian, siswa tidak hanya menilai produk berdasarkan pandangan kelompok sendiri, tetapi mulai memahami bahwa produk perlu diperiksa dan diperbaiki sebelum dijadikan produk akhir.



Gambar 2. Siswa mendapatkan *Feedback* dari Narasumber dan Guru.

Kegiatan presentasi juga memberi kesempatan kepada siswa untuk menjelaskan alasan di balik pilihan desain yang dibuat. Proses tersebut membantu siswa menghubungkan kemampuan teknis dengan kemampuan komunikasi produk. Dalam kegiatan kewirausahaan, kemampuan membuat produk perlu disertai dengan kemampuan menjelaskan manfaat, keunikan, dan alasan produk tersebut layak dikembangkan. Proses validasi yang dilakukan dalam kegiatan ini juga membantu siswa memahami bahwa prototipe bukan merupakan produk akhir. Prototipe berfungsi sebagai alat untuk menguji gagasan produk dan memperoleh masukan sebelum sumber daya yang lebih besar digunakan untuk proses produksi. Setelah menerima umpan balik, masing-masing kelompok memiliki dasar untuk melihat kembali rancangan dan menentukan bagian yang masih perlu disempurnakan.

Identifikasi Masalah Usaha dan Penyusunan BMC

Pada hari kedua, fokus kegiatan bergeser dari produk menuju pengembangan usaha. Siswa diarahkan untuk melihat bahwa produk yang baik tetap membutuhkan model usaha yang jelas agar dapat dipasarkan dan dikembangkan. Proses dimulai dengan evaluasi *Business Model Canvas* (BMC). Dalam kegiatan ini, siswa tidak hanya diminta mengisi bagian-bagian BMC, tetapi juga menghubungkan isi BMC dengan kondisi produk yang telah dikembangkan pada hari pertama.



Gambar 4. Proses Diskusi Siswa yang dipandu Narasumber.

Hasil diskusi menunjukkan bahwa siswa dapat mengidentifikasi beberapa masalah utama yang perlu diselesaikan sebelum menentukan mitra bisnis. Masalah tersebut terutama berkaitan dengan produk dan proses produksi, kanal penjualan, serta distribusi produk. Tahapan ini menjadi penting karena siswa diarahkan untuk tidak langsung memilih mitra berdasarkan nama atau kedekatan, tetapi terlebih dahulu mengenali kebutuhan usaha yang belum dapat dipenuhi oleh kelompoknya sendiri. Pada aspek produk dan produksi, siswa melihat bahwa pengembangan usaha membutuhkan kemampuan untuk memastikan produk dapat dibuat sesuai kebutuhan dan dipersiapkan untuk ditawarkan secara lebih luas. Pada aspek kanal penjualan, siswa mulai memikirkan bagaimana produk dapat diperkenalkan dan dijual kepada calon konsumen. Sementara itu, pada aspek distribusi, siswa membahas kebutuhan untuk memastikan produk dapat sampai kepada konsumen atau pasar yang dituju. Tiga masalah tersebut kemudian menjadi dasar dalam menentukan jenis mitra yang diperlukan. Proses ini menunjukkan perubahan cara berpikir yang penting. Mitra bisnis tidak lagi dipahami hanya sebagai pihak yang dapat diajak bekerja sama secara umum, tetapi sebagai pihak yang dipilih karena dapat membantu menyelesaikan kebutuhan tertentu dalam kegiatan usaha.

Penyusunan Penawaran Kerja Sama dan Penjajakan Kemitraan

Setelah masalah utama usaha berhasil diidentifikasi, siswa melanjutkan kegiatan dengan menentukan calon mitra yang dianggap sesuai dengan kebutuhan kelompok. Tahap ini dilakukan setelah siswa memahami terlebih dahulu masalah yang perlu diselesaikan. Pendekatan tersebut digunakan agar pemilihan mitra memiliki alasan yang jelas dan berhubungan langsung dengan pengembangan usaha. Setiap kelompok kemudian menyusun rancangan tawaran nilai kerja sama yang akan disampaikan kepada calon mitra. Rancangan tersebut tidak hanya berisi kebutuhan siswa, tetapi diarahkan untuk menjelaskan bentuk kerja sama yang dapat memberikan manfaat bagi kedua pihak. Dengan demikian, siswa mulai memahami bahwa kerja sama bisnis bukan sekadar meminta bantuan, tetapi perlu menunjukkan nilai yang dapat ditawarkan kepada mitra.

Urutan kegiatan yang dilakukan siswa dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 4. Kegiatan Siswa hari kedua.

Tahapan ini menjadi salah satu hasil penting dari kegiatan karena siswa belajar membangun hubungan antara masalah usaha dan keputusan memilih mitra. Jika masalah yang dihadapi berkaitan dengan produksi, maka mitra yang dicari perlu memiliki hubungan dengan kebutuhan produksi. Jika kendala terdapat pada kanal penjualan atau distribusi, maka calon mitra perlu dipilih berdasarkan kemampuannya membantu akses pasar atau penyampaian produk kepada konsumen. Dengan cara tersebut, penjajakan kemitraan menjadi lebih terarah.



Gambar 5. Presentasi BMC Siswa hari kedua dipandu oleh narasumber.

Hasil kegiatan ini memperluas pemanfaatan BMC dari sekadar latihan mengisi sembilan komponen menjadi dasar untuk membuat keputusan usaha. Komponen masalah produk, kanal, distribusi, dan mitra dibahas secara saling berhubungan. Hal ini juga sejalan dengan Mugiarto (2023) yang menjelaskan bahwa kegiatan kewirausahaan pada siswa SMK perlu memberikan pengalaman nyata dalam memahami kebutuhan pasar, kegiatan usaha, dan hubungan dengan pihak lain. Pengalaman langsung tersebut membantu siswa memahami bahwa pengembangan usaha membutuhkan kemampuan teknis sekaligus kemampuan membangun hubungan bisnis.

Secara keseluruhan, kegiatan menghasilkan dua jenis luaran utama. Pertama, pada aspek pengembangan produk, empat kelompok berhasil menampilkan sketsa, mockup, dan prototipe untuk produk vest kombinasi batik Papua, kemeja batik Papua, tas travel mini batik Papua, dan daster kekinian dengan batik Papua. Keempat kelompok juga mampu mempresentasikan hasil pengembangan produknya di hadapan guru dan narasumber serta menerima umpan balik sebagai dasar perbaikan. Kedua, pada aspek pengembangan usaha, siswa mampu mengidentifikasi persoalan yang perlu diselesaikan sebelum membangun kemitraan. Masalah utama yang ditemukan berkaitan dengan produk atau produksi, kanal penjualan, dan distribusi. Berdasarkan masalah tersebut, siswa dapat menentukan kebutuhan kerja sama, mengidentifikasi calon mitra yang sesuai, serta menyusun rancangan nilai dan

penawaran kerja sama yang dapat digunakan dalam proses penjajakan kemitraan.



Gambar 6. Foto Bersama Kepala Sekolah, Guru, Narasumber dan Peserta

Hasil tersebut menunjukkan bahwa kegiatan mampu menghubungkan dua bagian yang sering dipelajari secara terpisah dalam pembelajaran kewirausahaan, yaitu pengembangan produk dan pengembangan hubungan bisnis. Dengan demikian, hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendekatan validasi produk dilanjutkan dengan penjajakan kemitraan bisnis dapat digunakan sebagai bentuk pembelajaran kewirausahaan yang praktis bagi siswa SMK.

Diskusi

Hasil pengabdian menunjukkan bahwa pembelajaran kewirausahaan menjadi lebih bermakna ketika siswa terlibat langsung dalam proses pengembangan produk dan pemecahan masalah usaha. Pada awal kegiatan, siswa telah memiliki keterampilan teknis bidang busana, tetapi pengembangan produk masih lebih banyak dilihat sebagai proses membuat karya. Melalui kegiatan ini, siswa mulai menghubungkan produk dengan kebutuhan pengguna, perbaikan produk, model usaha, dan calon mitra. Temuan ini sejalan dengan Azzam et al. (2025) yang menunjukkan bahwa praktik kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha karena siswa memperoleh pengalaman nyata dalam menjalankan aktivitas usaha. Dewi et al. (2025) juga menemukan bahwa pembelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha siswa. Sementara itu, Silaswara et al. (2025) menunjukkan bahwa pelatihan kewirausahaan

dapat mengubah persepsi siswa mengenai kesulitan memulai usaha. Ketiga temuan tersebut mendukung pendekatan pengabdian ini yang tidak hanya memberikan materi, tetapi mengarahkan siswa pada aktivitas langsung.

Pada tahap pengembangan produk, empat kelompok menghasilkan vest kombinasi batik Papua, kemeja batik Papua, tas travel mini batik Papua, dan daster kekinian dengan batik Papua melalui tahapan sketsa, *mockup*, dan prototipe. Presentasi di hadapan guru dan narasumber memberikan kesempatan kepada siswa untuk menjelaskan ide sekaligus menerima umpan balik. Proses ini sesuai dengan temuan Fauziah et al. (2025) bahwa *Project Based Learning* dapat meningkatkan kreativitas melalui kerja sama, pemecahan masalah nyata, kemandirian, dan refleksi. Pengalaman praktik juga ditemukan pada pengabdian Agustini et al. (2025), yang menggabungkan materi kewirausahaan dengan praktik pembuatan produk kerajinan. Ali et al. (2025) bahkan menunjukkan bahwa pendekatan *learning by doing* pada pelatihan sablon DTF dapat menghubungkan keterampilan teknis, proses produksi, dan pemahaman kewirausahaan. Dengan demikian, proses sketsa–*mockup*–prototipe dalam kegiatan ini dapat dipahami sebagai bentuk pembelajaran praktik yang membantu siswa melihat produk sebagai sesuatu yang dapat diuji dan diperbaiki sebelum menjadi produk akhir.

Tahap validasi dan evaluasi model usaha memperluas perhatian siswa dari produk menuju konsumen dan pasar. Tanaya et al. (2025) menunjukkan bahwa penggunaan *Persona Canvas* dan *Business Model Canvas* membantu siswa memahami kebutuhan pelanggan serta berbagai unsur usaha, termasuk proposisi nilai, saluran, aktivitas, sumber daya, biaya, pendapatan, dan mitra. Hal ini relevan dengan kegiatan pengabdian karena siswa mulai mengidentifikasi masalah pada produk atau produksi, kanal penjualan, dan distribusi sebelum menentukan mitra. Winarsih dan Widodo (2021) juga memperlihatkan pentingnya hubungan antara produk dan respons pasar. Dari 33 siswa yang melakukan pemasaran daring, 24 memperoleh laba, sedangkan peserta yang belum memperoleh laba menghadapi masalah seperti perhitungan harga dan rendahnya minat konsumen. Mugiarto (2023) menegaskan bahwa edupreneurship melalui *teaching factory* dan *business center* perlu menghubungkan produksi dengan pengamatan pasar, kebutuhan konsumen, penjualan, dan pemasaran.

Pada tahap peninjauan kemitraan, siswa belajar bahwa mitra sebaiknya dipilih setelah kebutuhan usaha diketahui. Setelah mengidentifikasi masalah, siswa menentukan kebutuhan, calon mitra, nilai yang dapat ditawarkan, dan rancangan penawaran kerja sama. Nurhayati et al. (2025) menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan dan lingkungan sekolah berpengaruh positif terhadap minat

berwirausaha, sehingga dukungan sekolah, fasilitas, dan hubungan dengan pihak luar menjadi penting. Putri et al. (2024) juga menemukan bahwa pendidikan kewirausahaan di SMK dapat diperkuat melalui proyek usaha dan kerja sama dengan industri serta usaha lokal. Pratiwi dan Suwendra (2024) menunjukkan bahwa sikap kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat siswa dalam mengelola *teaching factory*. Sementara itu, Murni et al. (2025) menemukan bahwa kesiapan berwirausaha siswa masih perlu diperkuat secara berkelanjutan dan merekomendasikan hubungan yang lebih dekat dengan UMKM atau program pendampingan usaha. Temuan tersebut mendukung pentingnya latihan kemitraan sebagai kelanjutan dari kegiatan produksi.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa peningkatan keterampilan kewirausahaan siswa SMK dapat dilakukan secara lebih efektif apabila pembelajaran tidak hanya berfokus pada pembuatan produk, tetapi juga menghubungkan proses pengembangan produk dengan validasi dan peninjauan kemitraan bisnis. Pada tahap pertama, siswa mampu mengembangkan produk melalui tahapan sketsa, *mockup*, dan prototipe, kemudian mempresentasikan hasilnya untuk memperoleh umpan balik dari guru dan narasumber. Proses ini membantu siswa memahami bahwa produk perlu diuji dan diperbaiki sebelum dijadikan produk akhir. Pada tahap kedua, siswa mampu mengidentifikasi masalah usaha yang berkaitan dengan produk atau produksi, kanal penjualan, dan distribusi. Berdasarkan masalah tersebut, siswa kemudian menentukan kebutuhan, mengidentifikasi calon mitra, merumuskan nilai yang dapat ditawarkan, dan menyusun penawaran kerja sama.

Secara teoritis, hasil kegiatan ini memperkuat pandangan bahwa pembelajaran kewirausahaan pada siswa SMK perlu berbasis pengalaman langsung, kolaboratif, dan berorientasi pada pemecahan masalah. Penggunaan *Business Model Canvas* dan latihan kemitraan membantu siswa memahami usaha sebagai satu kesatuan yang terdiri atas produk, pelanggan, saluran, sumber daya, dan mitra. Sebagai tindak lanjut, sekolah perlu melanjutkan pendampingan pada tahap penyempurnaan produk, pengujian pasar, dan pertemuan langsung dengan calon mitra bisnis. Pendampingan lanjutan juga perlu diarahkan pada pencatatan perkembangan usaha siswa agar proses pembelajaran dapat dipantau secara berkelanjutan. Dengan demikian, keterampilan yang diperoleh melalui kegiatan ini dapat berkembang dari pengalaman pelatihan menjadi praktik kewirausahaan yang lebih berkelanjutan.

Pengakuan/Acknowledgements

Tim pelaksana menyampaikan terima kasih kepada Sekolah Negeri Khusus Pariwisata Papua atas dukungan dan fasilitasi pelaksanaan kegiatan, serta kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Yapis Papua atas keterlibatan dosen sebagai narasumber. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada para guru pendamping dan seluruh siswa Jurusan Busana yang telah berpartisipasi aktif sehingga rangkaian kegiatan dapat terlaksana dengan baik.

Daftar Referensi

- Agustini, N. K. Y., Indahwati, & Kholidiah. (2025). Membangun minat dan jiwa kewirausahaan pada siswa SMK Kartini Surabaya. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Lingkungan*, 3(2), 51–55. <https://doi.org/10.30587/jpml.v3i2.9085>
- Ali, M. H., Anah, L., Laili, C. N., & Darmadi. (2025). Pelatihan sablon Direct to Film bagi siswa SMK Plus Khoiriyah Hasyim Tebuireng. *DINAMIS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 1–11. <https://doi.org/10.33752/dinamis.v6i1.10462>
- Azzam, A., Eriyanto, H., & Adha, M. A. (2025). Pengaruh praktik kewirausahaan dan ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha siswa SMK Negeri 62 Jakarta. *Nian Tana Sikka: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(4), 180–197. <https://doi.org/10.59603/niantanasikka.v3i4.1002>
- Dewi, S., Azis, M., & Nuraisyiah. (2025). Pengaruh pembelajaran mata pelajaran produk kreatif dan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha siswa akuntansi di SMK Negeri 1 Bantaeng. *SINTAMA: Jurnal Sistem Informasi, Akuntansi dan Manajemen*, 5(3), 295–304.
- Fauziah, F. N., Nurdin, E. S., & Kurniawaty, I. (2025). Pengaruh model Project Based Learning terhadap kreativitas siswa SMK Negeri 15 Bandung dalam pembelajaran kewirausahaan. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 7(1), 449–466. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v7i1>
- Mugiarto, M. (2023). Pembentukan karakter kewirausahaan siswa SMK melalui implementasi manajemen edupreneurship. *Jurnal Kridatama Sains dan Teknologi*, 5(2), 241–254. <https://doi.org/10.53863/kst.v5i02.915>
- Murni, R. R., Ayub, D., & Jais, M. (2025). Kesiapan berwirausaha pada siswa SMK Negeri 1 Mandau, Kecamatan Bathin Sholapan, Kabupaten Bengkalis. *Jurnal Kepemimpinan & Pengurusan Sekolah*, 10(3), 2138–2145. <https://doi.org/10.34125/jkps.v10i4.1115>

- Nurhayati, D. D., Yohana, C., & Pratama, A. (2025). Pengaruh pendidikan kewirausahaan dan lingkungan sekolah terhadap minat berwirausaha siswa SMK di Jakarta Selatan. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi, dan Perpajakan*, 2(3), 330–347. <https://doi.org/10.61132/jeap.v2i3.1359>
- Pratiwi, G. A. M. D., & Suwendra, I. W. (2024). Pengaruh sikap kewirausahaan terhadap minat berwirausaha siswa dalam mengelola teaching factory di SMK Negeri 1 Singaraja. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 16(1), 162–168. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v16i1.65817>
- Putri, B. I., Eni, Sela, M., Putra, I. A., & Triadi, D. (2024). Implementasi pendidikan kewirausahaan dalam membangun jiwa wirausaha di SMK Negeri 3 Palangka Raya. *Jurnal Nakula: Pusat Ilmu Pendidikan, Bahasa dan Ilmu Sosial*, 2(5), 208–221. <https://doi.org/10.61132/nakula.v2i5.1050>
- Saputra, H., Rahayu, V. P., Permatasari, I., & Ruspian. (2026). Pembelajaran kewirausahaan untuk menumbuhkan jiwa berwirausaha siswa SMK Negeri 19 Samarinda. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 14(3), 273–285. <https://doi.org/10.26740/jupe.v14n3.p273-285>
- Silaswara, D., Herijawati, E., Wibowo, S., Andy, & Pudjo, F. X. (2025). Pengembangan kewirausahaan untuk meningkatkan keterampilan siswa SMK Penerus Bangsa Kota Tangerang. *Abdi Dharma*, 5(1), 57–66. <https://doi.org/10.31253/ad.v5i1.3434>
- Tanaya, O., Candra, S., Susanto, H., & Soesanti, A. (2025). Peningkatan keterampilan kewirausahaan siswa SMK dengan menggunakan Persona Canvas dan Business Model Canvas. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 6(1), 446–455. <https://doi.org/10.46306/jabb.v6i1.1600>
- Winarsih, T., & Widodo, Y. D. (2021). Melatih karakter kewirausahaan siswa SMK melalui pemasaran online. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi Kewirausahaan*, 1(1), 14–23. <https://doi.org/10.29407/jpeaku.v1i1.16287>