



Pelatihan *Business Model Canvas* Bagi Gen Z: Pengembangan Bisnis untuk Agribisnis Kreatif dan Berkelanjutan

Juli Adevia^{1*}, Ahmad Fachri¹, Defri Rahman¹, Muhammad Farrasky Delas Putra¹, Sultani¹,
Adhal Kholik¹, Lexa Apdeskhan¹

¹Prodi Agribisnis, Universitas Adzkia, Jl. Taratak Panch No. 7, Korong Gadang, Kalumbuk, Kec. Kuranji,
Kota Padang, 25175
juliadevia@adzkia.ac.id*

Artikel History:

Received: 6 Juni 2026 / Received in revised form: 8 Juli 2026 / Accepted: 3 Agustus 2026

ABSTRACT

The growth of the creative economy and ongoing digital transformation require agribusiness students to possess innovative, systematic, and sustainability-oriented entrepreneurial competencies. This community service program aimed to enhance the capacity of Generation Z students in the Agribusiness Study Program at Universitas Adzkia to design business models using the Business Model Canvas (BMC) approach. The program involved 32 students and was implemented through socialization sessions and interactive project-based learning activities that emphasized understanding and applying the nine key elements of the BMC. Evaluation was conducted using pre-test and post-test assessments to measure participants' improvement in knowledge and comprehension. The results revealed a substantial increase in participants' understanding, as indicated by the rise in the correct response rate from 44% in the pre-test to 95% in the post-test. Furthermore, the participants successfully developed four creative and sustainable agribusiness business model drafts, namely Flavored Spinach Chips, Cassava Pasta, Sanjay Crackers, and Corn Husk Tea. These findings demonstrate that BMC training is effective in improving students' entrepreneurial competencies and strengthening their ability to design business models that are adaptive to the challenges of the agribusiness sector in the digital era.

Keywords: *Business Model Canvas, creative agribusiness, Generation Z, entrepreneurship, sustainability*

ABSTRAK

Perkembangan ekonomi kreatif dan transformasi digital menuntut mahasiswa agribisnis memiliki kompetensi kewirausahaan yang inovatif, sistematis, dan berorientasi pada keberlanjutan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kapasitas mahasiswa Generasi Z Program Studi Agribisnis Universitas Adzkia dalam merancang model bisnis melalui pendekatan *Business Model Canvas* (BMC). Kegiatan dilaksanakan kepada 32 mahasiswa melalui tahapan sosialisasi dan pelatihan interaktif berbasis proyek (*project-based learning*) yang menekankan pemahaman serta penerapan sembilan elemen utama BMC. Evaluasi dilakukan menggunakan metode *pre-test* dan *post-test* untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pengetahuan yang signifikan, ditandai dengan kenaikan tingkat jawaban benar dari 44% pada *pre-test* menjadi 95% pada *post-test*. Peserta berhasil menyusun empat draf model bisnis agribisnis kreatif dan berkelanjutan, yaitu Keripik Bayam Varian Rasa, Pasta Singkong, Kerupuk Sanjay, dan Teh Kulit

*Juli Adevia

Email: juliadevia@adzkia.ac.id

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)



Jagung. Sehingga pelatihan BMC terbukti efektif dalam meningkatkan kompetensi kewirausahaan mahasiswa serta memperkuat kemampuan mereka dalam merancang model bisnis yang adaptif terhadap tantangan agribisnis di era digital.

Kata kunci: *Business Model Canvas*, agribisnis kreatif, Generasi Z, kewirausahaan, keberlanjutan

1. PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi kreatif dan teknologi pertanian saat ini menuntut generasi muda, termasuk mahasiswa untuk memiliki keterampilan wirausaha yang inovatif dan aplikatif (Enjelina et al., 2025). Salah satu kompetensi penting dalam membangun kewirausahaan adalah kemampuan menyusun model bisnis yang sistematis, relevan, dan berkelanjutan (Asiah et al., 2024; Huda et al., 2025; Putra et al., 2024). *Business Model Canvas* (BMC) adalah salah satu metode populer yang dapat memetakan komponen utama dalam suatu model usaha secara sederhana namun komprehensif (Fakhrurrozi et al., 2024; Ridwan et al., 2023; Susanto et al., 2025).

Hasil observasi awal dan diskusi kelompok mahasiswa menunjukkan bahwa masih banyak mahasiswa yang belum familiar dan belum mampu menggunakan BMC secara efektif. Mahasiswa kesulitan dalam mengidentifikasi segmentasi pelanggan, value proposition, dan saluran distribusi yang sesuai dengan produk agribisnis yang dikembangkan. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara pengetahuan teoritis dan keterampilan praktis dalam bidang kewirausahaan agribisnis (Armanu et al., 2024). Kondisi ini semakin diperkuat oleh kurangnya integrasi pembelajaran kewirausahaan terapan di dalam kurikulum. Mahasiswa cenderung mendapatkan pendekatan teoritis dan kurang diberikan kesempatan untuk mempraktikkan langsung perancangan bisnis secara riil. Padahal, agribisnis merupakan bidang multidimensi yang melibatkan berbagai aspek, mulai dari produksi pertanian hingga pemasaran produk akhir kepada konsumen (Giovanni et al., 2024).

Universitas Adzkia sebagai institusi pendidikan tinggi memiliki peran penting dalam menyiapkan lulusan yang tidak hanya unggul secara akademik, tetapi juga memiliki daya saing dalam dunia kerja dan kewirausahaan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menjadi bentuk konkret kontribusi perguruan tinggi dalam menjawab kebutuhan pengembangan kapasitas generasi muda, khususnya mahasiswa Program Studi Agribisnis (Fadillah & Indrawan, 2023; Nuriana et al., 2024). Pelatihan *Business Model Canvas* bagi mahasiswa Gen Z tidak hanya akan menjadi sarana pembelajaran kewirausahaan, tetapi juga membentuk pola pikir kreatif, adaptif, dan solutif (Alaydrus et al., 2024). Melalui visualisasi sembilan elemen kunci, mahasiswa didorong untuk berpikir secara sistematis, terstruktur, dan kritis dalam merancang model bisnis berbasis teknologi (Sekarningtyas & Firdaus, 2025). Gen Z sendiri dikenal sebagai generasi digital native yang sangat akrab dengan penggunaan teknologi dan memiliki akses luas terhadap informasi digital dalam keseharian (Armanu et al., 2024). Pendekatan pelatihan ini didesain secara interaktif dengan menggabungkan teori dan praktik langsung, seperti penggunaan studi kasus, diskusi kelompok, serta simulasi bisnis. Mahasiswa diharapkan mampu memahami kelayakan setiap elemen bisnis dan memiliki kesiapan mental untuk merespons tantangan agribisnis masa depan secara inovatif di era transformasi digital (Hakim et al., 2024).

Kegiatan ini memiliki relevansi strategis dengan berbagai pilar prioritas pengabdian kepada masyarakat, terutama dalam upaya eskalasi kapasitas sumber daya manusia, akselerasi ekonomi lokal berbasis industri kreatif, serta penguatan literasi digital dan kapabilitas kewirausahaan. Mengingat kedudukan agribisnis sebagai sektor krusial yang memberikan kontribusi signifikan terhadap struktur perekonomian nasional, revitalisasi sektor ini perlu terus diupayakan melalui pemberdayaan generasi muda yang memiliki kompetensi teknis, daya inovasi, serta mentalitas wirausaha yang adaptif. Selain pengembangan kapabilitas individual, program pelatihan ini diproyeksikan dapat menginkubasi lahirnya gagasan bisnis agribisnis yang kreatif, kompetitif, dan berkelanjutan (Aisyah et al., 2025; Arisandi et al., 2024). Pelaksanaannya mendorong mahasiswa untuk memformulasikan model bisnis yang komprehensif dengan menitikberatkan pada hilirisasi produk pertanian lokal yang relevan dengan kehidupan sehari-hari. Fokus formulasi model bisnis ini mencakup pengembangan produk olahan

pangan inovatif, integrasi sistem pemasaran hasil panen berbasis digital, hingga implementasi strategi penjenamaan (*branding*) produk agribisnis melalui platform media sosial (Aisyah et al., 2025).

Pelatihan ini diharapkan dapat menghasilkan model BMC yang dapat direplikasi dan dikembangkan pada konteks serupa di masa mendatang. Sehingga manfaat kegiatan tidak hanya dirasakan secara langsung oleh peserta saat ini, tetapi juga memberi kontribusi pada model pembelajaran kewirausahaan praktis di lingkungan kampus. Sebagai pendukung keberhasilan program, pelatihan ini akan melibatkan dosen berpengalaman di bidang agribisnis, pembangunan wilayah, serta komunikasi dan penyuluhan. Metodologi partisipatif akan digunakan untuk menggali pemahaman dan potensi peserta, dengan pendekatan praktik langsung sebagai porsi utama. Kegiatan ini juga akan didokumentasikan secara sistematis, baik dalam bentuk laporan kegiatan, bahan ajar, dan media promosi, serta menghasilkan luaran publikasi ilmiah untuk memperkuat kontribusi akademik dari pengabdian ini. Sehingga dengan pelaksanaan yang terstruktur dan kolaboratif, diharapkan kegiatan ini menjadi langkah awal yang signifikan dalam menyiapkan mahasiswa agribisnis sebagai calon pelaku usaha yang kreatif, adaptif, dan berorientasi pada keberlanjutan (Handajani et al., 2025; Putra et al., 2024).

2. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini difokuskan pada dua tahap utama, yaitu sosialisasi dan pelatihan. Kedua tahap ini dipilih untuk menjawab kebutuhan mahasiswa akan peningkatan kapasitas dalam menyusun *Business Model Canvas* (BMC) secara praktis dan aplikatif.

1. Sosialisasi Kegiatan

- Sosialisasi dilakukan kepada mahasiswa Program Studi Agribisnis Universitas Adzkie guna memperkenalkan tujuan dan manfaat pelatihan BMC.
- Kegiatan ini juga mencakup penyebaran formulir pendaftaran peserta, pengumpulan data minat dan kesiapan mahasiswa, serta pelaksanaan *pre-test* untuk mengukur pemahaman awal.

2. Pelatihan *Business Model Canvas*

- Pelatihan diberikan secara tatap muka dalam bentuk sesi interaktif yang mencakup penjelasan teori BMC, studi kasus agribisnis lokal, serta latihan menyusun elemen-elemen BMC secara kelompok.
- Materi pelatihan difokuskan pada sembilan blok utama BMC, yaitu: segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran, hubungan pelanggan, arus pendapatan, sumber daya utama, aktivitas utama, mitra utama, dan struktur biaya.
- Mahasiswa akan didorong untuk menyusun draf model bisnis berdasarkan ide agribisnis masing-masing, dan mempresentasikannya di akhir pelatihan.

3. HASIL KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

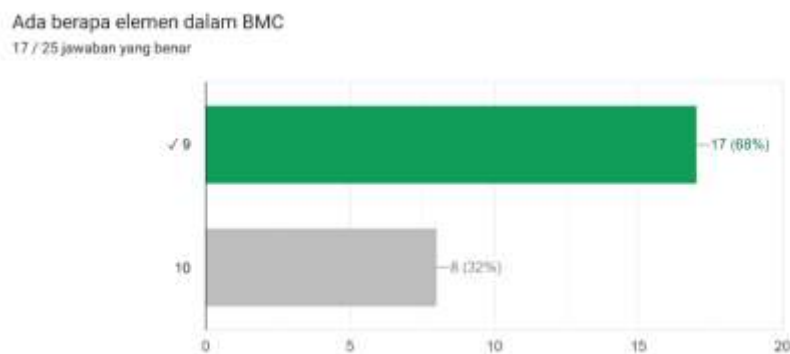
Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada Hari Selasa tanggal 6 Januari 2026 yang diikuti oleh mahasiswa Program Studi Agribisnis Universitas Adzkie. Berdasarkan data pendaftaran terdapat 45 mahasiswa yang mendaftar tetapi hanya 32 orang yang mengikuti kegiatan dari awal hingga akhir. Proses kegiatan pengabdian kepada masyarakat dimulai dari pembukaan oleh MC, pembacaan Al-Qur'an, sambutan ketua panitia, materi pengantar *Business Model Canvas* (BMC), ice breaking, praktik penyusunan *Business Model Canvas* (BMC), dan penutup.

Pada tahap penyampaian materi pengantar, peserta pengabdian diperkenalkan dengan konsep dasar *Business Model Canvas* (BMC) serta relevansinya dalam pengembangan inovasi agribisnis berbasis kreativitas dan keberlanjutan. Kegiatan ini disertai dengan *pre-test* untuk mengukur tingkat pemahaman awal mahasiswa terhadap konsep dasar *Business Model Canvas* (BMC). Pada *pre-test* terdapat 5 pertanyaan yang dijawab oleh 25 mahasiswa. Berikut persentase jawaban untuk masing-masing pertanyaan.



Gambar 1. Jawaban Pertanyaan 1

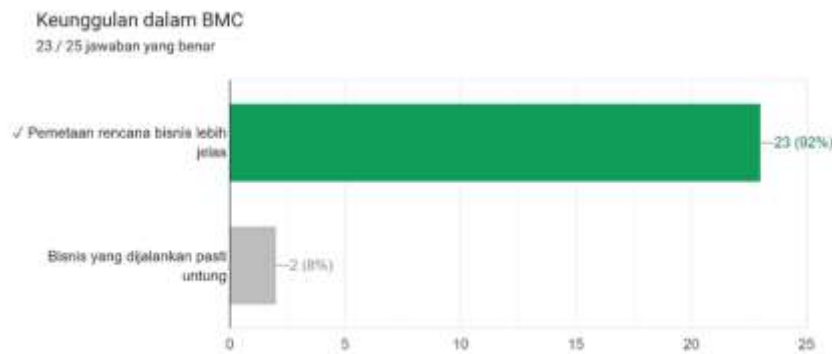
Sebanyak 19 mahasiswa atau 76 persen menjawab benar pertanyaan mengenai tokoh ahli *Business Model Canvas* (BMC), sedangkan 6 mahasiswa atau 24 persen lainnya masih menjawab salah. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar peserta sudah memiliki pengetahuan awal tentang penggagas *Business Model Canvas* (BMC) tetapi belum merata pada keseluruhan peserta, sehingga penguatan materi terkait sejarah dan tokoh *Business Model Canvas* (BMC) tetap diperlukan. Menurut (Rafi dan Rusle 2022) meskipun mahasiswa menyatakan puas dan terbantu dengan BMC, ternyata masih ada variasi tingkat pemahaman dan perlunya peningkatan strategi pengajaran agar pemahaman konsep menjadi lebih merata. Selanjutnya (Rafi & Rusle, 2022) juga secara eksplisit menyebut bahwa *Business Model Canvas* diperkenalkan oleh Osterwalder dan Pigneur pada tahun 2010 dan digunakan sebagai alat pembelajaran dalam pengembangan bisnis, sehingga hal ini memperkuat pernyataan tentang pentingnya mengenalkan tokoh/penggagas BMC (Osterwalder & Pigneur) sebagai bagian dari penguatan materi sejarah dan konsep dasar BMC kepada mahasiswa. Penelitian yang dilakukan oleh (Jamira et al., 2021) menunjukkan bahwa penerapan metode BMC dalam pembelajaran terbukti dapat meningkatkan mindset kewirausahaan mahasiswa dan menegaskan bahwa BMC layak diperkenalkan kepada mahasiswa karena membantu mahasiswa memahami bagaimana memulai bisnis dan menyusun model bisnis secara sistematis.



Gambar 2. Jawaban Pertanyaan 2

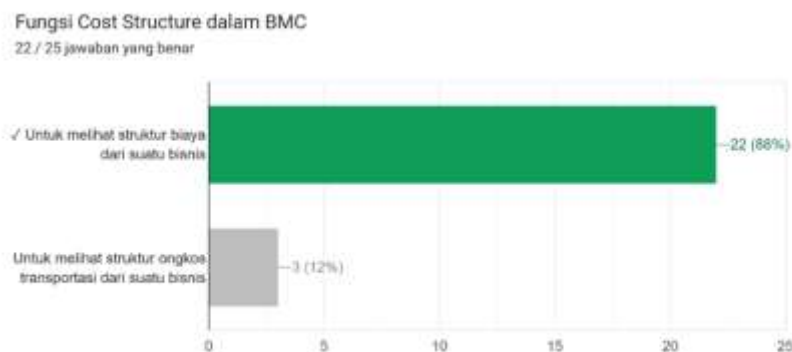
Pada pertanyaan tentang jumlah elemen dalam BMC, hanya 17 mahasiswa atau 68 persen yang menjawab dengan benar, sementara 8 peserta atau 32 persen masih menjawab salah. Data ini mengindikasikan bahwa pemahaman awal mahasiswa mengenai struktur lengkap sembilan blok BMC masih terbatas dan menjadi salah satu fokus utama dalam sesi pelatihan. Struktur sembilan elemen kunci ini merupakan fondasi utama dalam kerangka kerja yang dikembangkan oleh Osterwalder dan Pigneur untuk mendeskripsikan secara komprehensif bagaimana sebuah organisasi menciptakan, menyampaikan, dan menangkap nilai (Nuriana et al., 2024). Keterbatasan pemahaman awal ini selaras dengan pada berbagai kelompok wirausaha pemula maupun mahasiswa yang sering kali belum memiliki pengetahuan sistematis mengenai komponen-komponen yang diperlukan dalam perencanaan usaha. Sehingga visualisasi melalui sembilan blok tersebut sangat krusial untuk menyederhanakan model bisnis yang rumit menjadi bagan yang lebih terstruktur dan mudah dipahami (Handajani et al.,

2025). Peningkatan penguasaan terhadap elemen-elemen seperti proposisi nilai, segmen pelanggan, hingga struktur biaya menjadi titik sentral agar mahasiswa mampu merancang strategi bisnis yang lebih terarah, efektif, dan adaptif terhadap dinamika pasar (Fakhrurrozi et al., 2024).



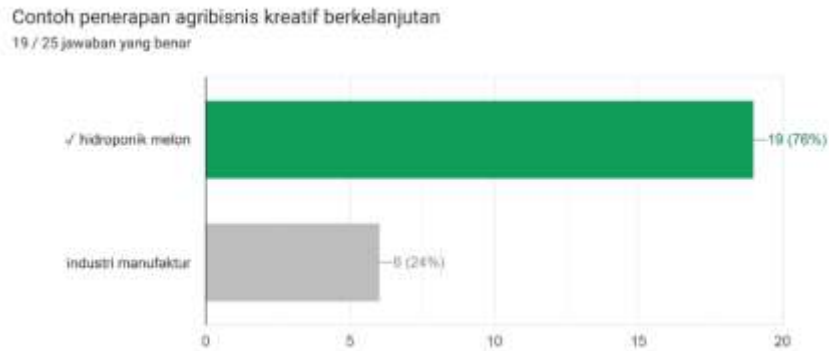
Gambar 3. Jawaban Pertanyaan 3

Sebanyak 23 mahasiswa atau 92 persen menjawab benar mengenai keunggulan BMC, menunjukkan bahwa mayoritas peserta telah memahami manfaat praktis BMC sebagai alat perencanaan dan visualisasi model bisnis. Persentase jawaban benar yang tinggi pada butir ini menandakan bahwa mahasiswa lebih mudah menangkap aspek manfaat dibandingkan rincian teknis struktur BMC. Tingginya pemahaman terhadap aspek keunggulan ini selaras dengan fungsi utama *Business Model Canvas* (BMC) sebagai instrumen strategis yang mampu menyederhanakan konsep bisnis yang kompleks menjadi visualisasi yang lebih mudah dipahami (Nuriana et al., 2024; Susanto et al., 2025). Berbeda dengan rencana bisnis konvensional yang sering kali bersifat naratif dan panjang, BMC menawarkan kerangka kerja yang lebih ringkas dan terfokus, sehingga memungkinkan wirausaha pemula untuk memetakan ide mereka secara cepat dan sistematis (Chandra et al., 2024). Kemudahan dalam memahami manfaat praktis ini juga didorong oleh karakteristik visual dari sembilan blok bangunan dasar yang memberikan gambaran menyeluruh tentang bagaimana sebuah bisnis menciptakan dan menangkap nilai (Aisyah et al., 2025). Selain itu, efektivitas BMC dalam memfasilitasi komunikasi dan kolaborasi antar tim menjadikannya alat yang sangat intuitif bagi mahasiswa dalam merancang inovasi bisnis yang adaptif terhadap perubahan pasar. Sehingga penguasaan pada aspek manfaat merupakan langkah awal yang krusial dalam membentuk mentalitas kewirausahaan yang kreatif dan berorientasi pada solusi (Alaydrus et al., 2024; Permatasari et al., 2024).



Gambar 4. Jawaban Pertanyaan 4

Pada pertanyaan fungsi *cost structure*, 22 mahasiswa atau 88 persen memberikan jawaban yang benar. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar peserta sudah memahami bahwa *cost structure* berkaitan dengan identifikasi dan pengelolaan biaya utama dalam model bisnis, meskipun masih ada beberapa yang memerlukan penjelasan lebih lanjut.



Gambar 5. Jawaban Pertanyaan 5

Sebanyak 19 mahasiswa atau 76 persen menjawab benar pertanyaan mengenai contoh agribisnis kreatif berkelanjutan. Kondisi ini menggambarkan bahwa pemahaman awal tentang konsep berkelanjutan dalam agribisnis sudah cukup baik, tetapi masih perlu diperdalam melalui contoh-contoh nyata dan studi kasus selama pelatihan. Secara keseluruhan hasil pengukuran *pre-test*, hanya sekitar 44 persen peserta yang mampu menjawab soal dengan benar, sementara 56 persen lainnya masih memberikan jawaban yang keliru. Persentase ini menggambarkan bahwa sebelum pelatihan, pemahaman mahasiswa terhadap konsep dan penerapan *Business Model Canvas* (BMC) masih tergolong rendah dan belum merata.

Setelah mahasiswa menjawab *pre-test* maka kegiatan selanjutnya adalah penyampaian materi pengantar *Business Model Canvas* (BMC) yang disampaikan oleh Bapak Ahmad Fachri, S.P., M.Si. Tahap sosialisasi dilakukan sebagai langkah awal untuk mengenalkan tujuan, manfaat, dan rencana pelaksanaan kegiatan pelatihan *Business Model Canvas* kepada mahasiswa Program Studi Agribisnis. Pada tahap ini, pemateri menjelaskan urgensi penguasaan BMC bagi Generasi Z, khususnya dalam pengembangan agribisnis kreatif dan berkelanjutan yang relevan dengan tantangan era digital dan isu keberlanjutan. Sosialisasi juga menjadi sarana untuk menyampaikan output yang diharapkan, yaitu kemampuan mahasiswa menyusun model bisnis sederhana berbasis BMC.

Tahap sosialisasi tidak hanya berfokus pada penjelasan teknis kegiatan, tetapi juga pada pengenalan konsep agribisnis kreatif dan agribisnis berkelanjutan sebagai konteks utama penerapan *Business Model Canvas* (BMC). Materi yang disampaikan menekankan pentingnya inovasi produk olahan pangan, penguatan branding lokal, pengembangan kemasan yang menarik, serta pemanfaatan teknologi digital seperti media sosial, *marketplace*, dan *e-commerce* untuk memperluas jangkauan pasar agribisnis yang dikelola oleh Gen Z. Selain itu, ditekankan pula bahwa nilai tambah agribisnis dapat dibangun melalui kreativitas dan storytelling yang kuat terhadap produk dan proses usaha. Pada aspek keberlanjutan, peserta diperkenalkan dengan prinsip agribisnis berkelanjutan yang ramah lingkungan melalui konsep *eco-friendly*, *zero waste*, dan pertanian organik, serta pentingnya pemberdayaan petani dan masyarakat sekitar dalam rantai nilai agribisnis. Materi juga menyoroti konsep keberlanjutan ekonomi, sosial, dan lingkungan (*triple bottom line*) sebagai landasan etis dan strategis dalam membangun usaha agribisnis masa depan. Selanjutnya, pada tahap sosialisasi juga dipaparkan pengenalan Model Bisnis Kanvas sebagai alat manajemen strategis berbentuk kerangka visual untuk menggambarkan, merancang, menganalisis, dan mengembangkan model bisnis secara sistematis. Mahasiswa diperkenalkan dengan sembilan elemen utama BMC, yaitu *customer segments*, *value propositions*, *channels*, *customer relationships*, *revenue streams*, *key resources*, *key activities*, *key partnerships*, dan *cost structure*, beserta contoh penerapannya dalam konteks agribisnis kreatif dan berkelanjutan.

Tahap selanjutnya adalah praktik penyusunan *Business Model Canvas* (BMC). Pada tahap pelatihan, mahasiswa dibagi ke dalam 4 kelompok dan diminta menyusun *Business Model Canvas* berdasarkan ide agribisnis kreatif yang dirumuskan oleh masing-masing kelompok. Kegiatan dilakukan melalui penjelasan materi, diskusi, studi kasus agribisnis lokal, dan pendampingan penyusunan sembilan blok BMC secara bertahap. Dari kegiatan ini dihasilkan empat draf model bisnis agribisnis kreatif dan berkelanjutan, yang masing-masing memuat komponen segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran,

hubungan pelanggan, arus pendapatan, sumber daya utama, aktivitas utama, mitra utama, dan struktur biaya. Pada akhir kegiatan perwakilan setiap kelompok mempresentasikan hasil rancangan *Business Model Canvas* (BMC). Berikut rancangan *Business Model Canvas* (BMC) kreatif yang dihasilkan oleh mahasiswa.



Gambar 6. Kelompok 1 (Keripik Bayam Varian Rasa)



Gambar 7. Kelompok 2 (Pasta Singkong)



Gambar 8. Kelompok 3 (Kerupuk Sanjay)



Gambar 9. Kelompok 4 (Teh Kulit Jagung)

Berdasarkan konsep penyusunan *Business Model Canvas* (BMC) dari keempat kelompok yang sudah menyusun rancangan model bisnis, kelompok 2 merupakan kelompok yang berhasil menyusun *Business Model Canvas* (BMC) yang lengkap dan realistis sesuai dengan konsep *Business Model Canvas* (BMC) dengan rencana bisnis membuat Pasta Singkong, sementara kelompok yang lain masih perlu pendampingan terutama dalam aspek *value proposition* dan *revenue streams*. Selama proses pelatihan, pendekatan berbasis proyek (*project-based learning*) mendorong mahasiswa berpikir kreatif, mengaitkan teori dengan praktik agribisnis nyata, serta meningkatkan kolaborasi tim.

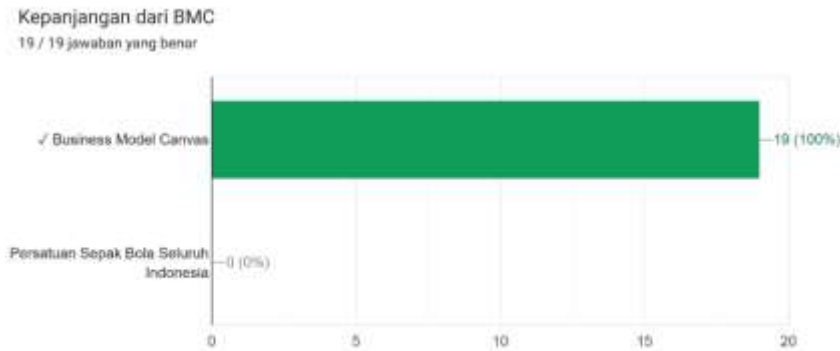
Terbentuknya empat draf model bisnis agribisnis kreatif dan berkelanjutan menunjukkan bahwa mahasiswa tidak hanya memahami konsep BMC secara kognitif, tetapi juga mampu mengaplikasikannya pada ide usaha yang relevan dengan kebutuhan lokal. Kegiatan ini sekaligus mengembangkan keterampilan berpikir kewirausahaan, kerja sama tim, dan kemampuan presentasi, karena setiap kelompok diminta memaparkan hasil rancangan BMC mereka di akhir sesi. Sehingga pelatihan *Business Model Canvas* bagi Gen Z ini telah berkontribusi pada penguatan kapasitas mahasiswa agribisnis dalam merancang model bisnis yang kreatif, adaptif, dan berorientasi keberlanjutan.

Dari segi output, draf model bisnis yang dihasilkan menggambarkan potensi besar Generasi Z dalam menciptakan inovasi agribisnis dengan pendekatan digital. Menurut Sekarningtyas & Firdaus, (2025) tingginya potensi ini didukung oleh karakteristik mahasiswa sebagai generasi *digital native* yang memiliki kemampuan untuk berpikir sistematis, inovatif, dan terstruktur dalam merancang model bisnis berbasis teknologi. Melalui visualisasi sembilan elemen kunci, mahasiswa mampu mengintegrasikan seluruh komponen bisnis dan mengeksplorasi ide-ide kreatif secara lebih efektif dibandingkan rencana bisnis konvensional (Alaydrus et al., 2024). Meski demikian, perlu tindak lanjut berupa pendampingan lanjutan dalam aspek validasi pasar, analisis keuangan, dan strategi pemasaran digital agar ide bisnis tersebut dapat berkembang menjadi rencana usaha nyata. Pendampingan atau mentoring pasca-pelatihan merupakan tahap krusial untuk mematangkan validasi ide bisnis sehingga model yang dihasilkan lebih siap untuk dijalankan di lapangan (Jamira et al., 2021).

Secara umum, pelatihan *Business Model Canvas* ini berhasil mencapai tujuan utamanya, yaitu meningkatkan kapasitas berpikir kewirausahaan mahasiswa agribisnis dan menumbuhkan orientasi terhadap bisnis yang kreatif sekaligus berkelanjutan. Peningkatan kapasitas ini terlihat dari transformasi pola pikir mahasiswa yang semula belum memahami cara memulai bisnis menjadi mampu memetakan rencana strategis yang terarah dan aplikatif. Dengan penguasaan instrumen BMC, mahasiswa tidak hanya dipersiapkan sebagai pencari kerja, tetapi juga didorong untuk menjadi penggerak ekonomi yang inovatif dan mandiri melalui sektor agribisnis yang berkelanjutan (Putra et al., 2024).

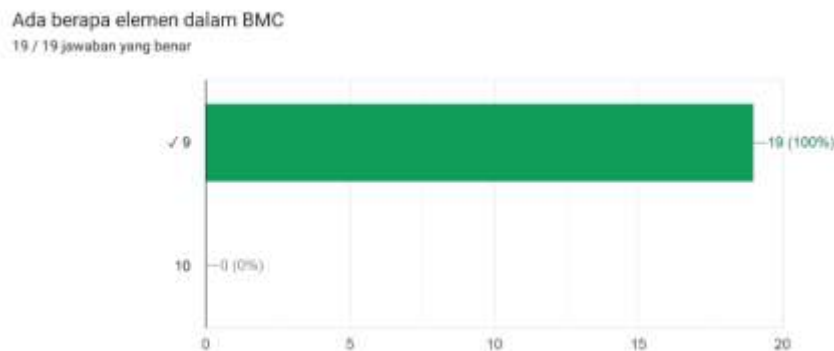
Setelah kegiatan praktik penyusunan *Business Model Canvas* (BMC) peserta mengerjakan *post-test* untuk mengukur peningkatan pemahaman setelah pelatihan. *Post-test* diberikan bertujuan untuk

mengukur peningkatan pemahaman mahasiswa. Berikut presentase jawaban untuk masing-masing pertanyaan *post-test*.



Gambar 10. Jawaban Pertanyaan 1

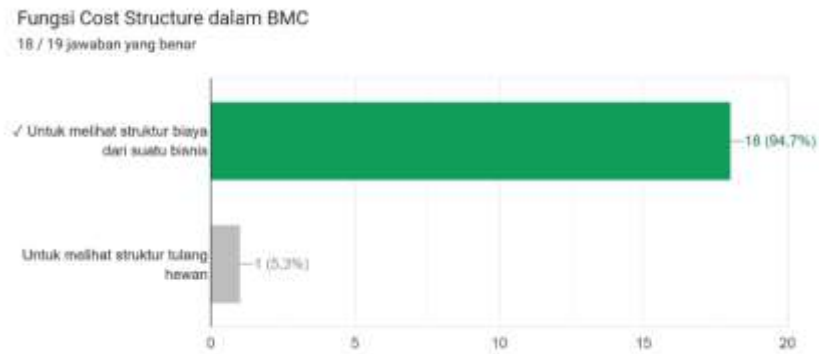
Pada tahap *post-test*, seluruh 19 peserta yang mengisi angket menjawab benar kepanjangan BMC, yaitu *Business Model Canvas*. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada lagi keraguan mengenai istilah dasar BMC dan bahwa pesan utama pelatihan terserap dengan baik oleh seluruh peserta. Pencapaian tingkat pemahaman penuh terhadap definisi dasar ini selaras dengan hasil evaluasi pada berbagai program serupa yang menunjukkan bahwa peserta mampu menguasai terminologi utama BMC secara optimal pasca-intervensi edukatif (Chandra et al., 2024). Transformasi pengetahuan yang signifikan dari hasil awal hingga akhir pelatihan membuktikan efektivitas metode penyampaian materi dalam memperkuat wawasan konseptual peserta secara terukur (Aisyah et al., 2025).



Gambar 11. Jawaban Pertanyaan 2

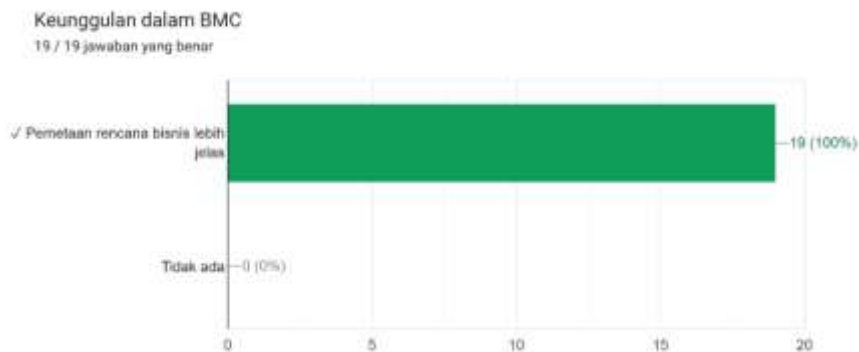
Pada pertanyaan kedua sebanyak 19 responden juga menjawab benar jumlah elemen dalam BMC, yaitu sembilan elemen. Peningkatan dari 17 jawaban benar pada *pre-test* menjadi 100% benar pada *post-test* menandakan bahwa penjelasan dan latihan penyusunan sembilan blok BMC berhasil menguatkan pemahaman struktur model bisnis secara komprehensif. Pencapaian tingkat pemahaman penuh ini selaras dengan karakteristik utama *Business Model Canvas* (BMC) sebagai instrumen visual yang dirancang oleh Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur untuk menyederhanakan perencanaan bisnis yang kompleks menjadi kerangka kerja yang lebih sederhana, sistematis, dan mudah dimengerti. Sembilan blok bangunan dasar tersebut yang mencakup proposisi nilai, segmen pelanggan, saluran, hubungan pelanggan, arus pendapatan, sumber daya kunci, aktivitas kunci, kemitraan kunci, dan struktur biaya merupakan satu kesatuan yang saling terintegrasi untuk mendeskripsikan bagaimana sebuah organisasi menciptakan dan menangkap nilai. Keberhasilan transformasi pengetahuan peserta dari tahap awal hingga akhir pelatihan membuktikan efektivitas metode pembelajaran yang menggabungkan teori dengan praktik langsung (*hands-on approach*), sehingga peserta mampu memetakan elemen bisnis secara akurat dalam satu lembar kanvas.

Temuan ini juga sejalan dengan berbagai hasil evaluasi program serupa yang menunjukkan peningkatan skor post-test secara signifikan setelah peserta diberikan pemahaman mendalam mengenai fungsi strategis masing-masing elemen dalam mendukung keberlanjutan usaha. Dengan penguasaan pada aspek struktur ini, mahasiswa kini memiliki landasan konseptual yang kuat untuk mulai merancang ide bisnis yang lebih terstruktur, rasional, dan kompetitif



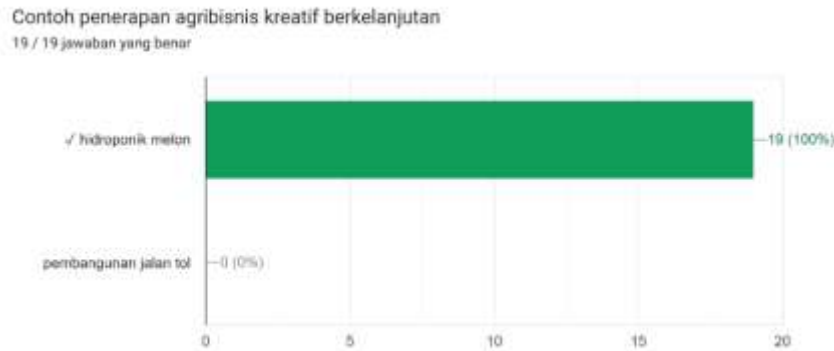
Gambar 12. Jawaban Pertanyaan 3

Pertanyaan fungsi *cost structure*, 18 dari 19 peserta menjawab benar pada *post-test*. Hanya satu peserta yang masih belum tepat, sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa sudah memahami peran *cost structure* dalam mengidentifikasi komponen biaya penting dalam bisnis, meskipun aspek ini tetap perlu ditekankan dalam pendampingan lanjutan. Peningkatan pemahaman ini menunjukkan bahwa peserta telah mampu mengenali berbagai jenis biaya yang muncul dalam operasional usaha serta hubungan antara struktur biaya dan keberlanjutan bisnis. Pemahaman yang baik terhadap elemen *cost structure* sangat penting karena dapat membantu calon wirausahawan dalam merencanakan kebutuhan sumber daya secara lebih efisien, mengendalikan pengeluaran, dan meningkatkan kelayakan usaha yang akan dikembangkan.



Gambar 13. Jawaban Pertanyaan 4

Sebanyak 19 responden menjawab benar mengenai keunggulan BMC pada *post-test*. Capaian ini menunjukkan terjadinya penguatan yang signifikan, di mana mahasiswa bukan hanya mengetahui manfaat BMC secara umum, tetapi juga mampu mengaitkannya dengan kebutuhan perencanaan bisnis agribisnis kreatif dan berkelanjutan. Hasil ini mengindikasikan bahwa peserta telah memahami fungsi BMC sebagai alat perencanaan strategis yang mampu membantu proses identifikasi peluang usaha, pemetaan sumber daya, serta pengembangan proposisi nilai yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Selain itu, pemahaman yang baik terhadap keunggulan BMC dapat mendorong mahasiswa untuk menyusun model bisnis secara lebih sistematis dan adaptif, sehingga meningkatkan kesiapan mereka dalam menghadapi dinamika dan tantangan kewirausahaan di era digital.



Gambar 14. Jawaban Pertanyaan 5

Pada butir ini, 19 dari 19 peserta menjawab dengan benar contoh penerapan agribisnis kreatif berkelanjutan. Hasil tersebut menggambarkan bahwa setelah pelatihan, mahasiswa semakin mampu mengidentifikasi praktik agribisnis yang menggabungkan aspek kreativitas, nilai tambah produk, dan keberlanjutan lingkungan maupun sosial. Pemahaman ini menjadi indikator penting bahwa peserta tidak hanya mampu mengenali konsep secara teoritis, tetapi juga dapat menghubungkannya dengan berbagai peluang pengembangan usaha berbasis sumber daya lokal yang berpotensi meningkatkan daya saing produk agribisnis.

Setelah mengikuti rangkaian materi dan latihan, terjadi peningkatan yang sangat signifikan pada *post-test*, di mana sekitar 95 persen peserta telah mampu menjawab pertanyaan dengan benar. Capaian ini menunjukkan bahwa pelatihan yang diberikan efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan pemahaman mahasiswa mengenai BMC, baik dari sisi konsep dasar maupun aplikasinya dalam agribisnis kreatif dan berkelanjutan. Selain memperkuat penguasaan terhadap sembilan elemen utama BMC, pelatihan ini juga berkontribusi dalam membentuk pola pikir kewirausahaan yang lebih analitis, sistematis, dan inovatif. Dengan demikian, mahasiswa memiliki bekal yang lebih memadai untuk merancang model bisnis yang adaptif terhadap perubahan pasar dan tantangan transformasi digital di sektor agribisnis.

Ringkasan perbandingan hasil evaluasi *pre-test* dan *post-test* disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Ringkasan hasil evaluasi *pre-test* dan *post-test*

Indikator evaluasi	<i>Pre-test</i>	<i>Post-test</i>	Perubahan
Jumlah responden pengisi angket	25 mahasiswa	19 mahasiswa	-
Jumlah butir soal	5 butir	5 butir	-
Skor pemahaman keseluruhan	44%	95%	+51 poin persentase
Interpretasi hasil	Pemahaman awal masih rendah dan belum merata	Pemahaman akhir sangat baik	Peningkatan signifikan

Keterangan: jumlah pengisi *pre-test* dan *post-test* berbeda karena tidak semua peserta mengisi angket evaluasi secara lengkap

Berdasarkan Tabel 1, terjadi peningkatan pemahaman yang signifikan setelah pelatihan. Skor pemahaman keseluruhan meningkat dari 44 persen pada *pre-test* menjadi 95 persen pada *post-test*, atau naik 51 poin persentase. Capaian ini menunjukkan bahwa pelatihan yang diberikan efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan pemahaman mahasiswa mengenai BMC, baik dari sisi konsep dasar maupun aplikasinya dalam agribisnis kreatif dan berkelanjutan. Selain memperkuat penguasaan terhadap sembilan elemen utama BMC, pelatihan ini juga berkontribusi dalam membentuk pola pikir kewirausahaan yang lebih analitis, sistematis, dan inovatif. Dengan demikian, mahasiswa memiliki bekal yang lebih memadai untuk merancang model bisnis yang adaptif terhadap perubahan pasar dan tantangan transformasi digital di sektor agribisnis.

SIMPULAN

Pelatihan *Business Model Canvas* (BMC) bagi mahasiswa Generasi Z Program Studi Agribisnis Adzkie telah berhasil meningkatkan kapasitas dan pemahaman mahasiswa secara signifikan. Dimana sebelum pelatihan, pemahaman peserta tergolong rendah dengan tingkat kebenaran menjawab *pre-test* hanya 44%, namun setelah mengikuti rangkaian pelatihan yang interaktif dan berbasis proyek, skor *post-test* meningkat menjadi 95%.

Kegiatan ini menghasilkan empat draf model bisnis agribisnis kreatif dan berkelanjutan, yaitu Keripik Bayam Vatan Rasa, Pasta Singkong, Kerupuk Sanjay, dan Teh Kulit Jagung. Melalui kegiatan ini mahasiswa tidak hanya memahami sembilan elemen kunci BMC secara teoritis, tetapi juga mampu mengaplikasikannya dalam merancang model bisnis yang adaptif dan solutif terhadap tantangan era digital. Secara umum metode ini terbukti efektif dalam mengubah pola pikir mahasiswa menjadi sistematis, terstruktur, dan kritis dalam melihat peluang hilirisasi produk pertanian lokal.

SARAN

Berdasarkan hasil kegiatan yang telah dilaksanakan, diperlukan upaya tindak lanjut untuk mengoptimalkan kompetensi kewirausahaan mahasiswa. Pendampingan lanjutan secara lebih intensif dan terarah perlu dilakukan, khususnya pada aspek penyusunan *value proposition* dan *revenue streams*, mengingat kedua komponen tersebut masih menjadi tantangan bagi sebagian kelompok dalam mengembangkan model bisnis yang layak dan berorientasi pasar. Selain itu, draf model bisnis yang telah dihasilkan perlu ditindaklanjuti melalui proses validasi pasar, analisis kelayakan finansial, serta perumusan strategi pemasaran digital yang komprehensif agar gagasan usaha yang dirancang dapat diimplementasikan secara nyata dan berkelanjutan.

Berdasarkan perspektif kelembagaan, integrasi pendekatan pembelajaran kewirausahaan berbasis praktik, seperti *Business Model Canvas* (BMC), perlu terus diperkuat dalam kurikulum Program Studi Agribisnis. Peningkatan porsi pengalaman belajar berbasis proyek diharapkan mampu memperkuat keterampilan mahasiswa dalam mengidentifikasi peluang bisnis, merancang model usaha, serta mengambil keputusan secara strategis. Pengembangan program inkubasi bisnis bagi ide-ide usaha yang memiliki potensi komersial perlu menjadi perhatian institusi. Dukungan tersebut diharapkan dapat memfasilitasi transformasi gagasan bisnis mahasiswa menjadi usaha rintisan yang mampu menciptakan nilai ekonomi, sosial, dan lingkungan, sekaligus mendorong lahirnya wirausahawan muda yang inovatif dan berdaya saing.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S., Indriani, R., Imran, S., Abas, N., & Asimin, P. U. (2025). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Kewirausahaan Berbasis Business Model Canvas di Desa Iloheluma Kabupaten Bone Bolango. *Jurnal Abdimas Indonesia*, 5(4), 3421–3434. <https://doi.org/10.34697/jai.v5i4.2570>
- Alaydrus, A. Z. A., Pranoto, H., Diashafa, A. K., & Faridi, A. I. (2024). Sosialisasi Pembuatan Business Model Canvas (BMC) untuk Mendorong Mindset Kewirausahaan di Kalangan Mahasiswa. *PROFICIO: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 268–273. <https://doi.org/10.36728/jpf.v5i2.3481>
- Arisandi, D., Apriani, A., Sari, W. K., & Enumbi, D. (2024). Studi Perkembangan Agribisnis Kelapa dengan Pendekatan Business Model Canva (BMC). *Jurnal Agribisnis Indonesia (Journal of Indonesian Agribusiness)*, 12(1), 15–26. <https://doi.org/10.29244/jai.2024.12.1.15-26>
- Armanu, Aryati, A. S. A., & Makhmut, K. D. I. (2024). Workshop Kewirausahaan sebagai Upaya Penciptaan Wirausaha Muda pada Remaja di Kota Malang. *Buletin Ilmiah Nagari Membangun*, 7(3), 398–409. <https://doi.org/10.25077/bina.v7i3.673>
- Asiah, N., Yahya, A., Asti, E. G., Permana, I., & Hidayat, N. P. (2024). Peningkatan Kompetensi UMKM dalam Penyusunan Anggaran Penjualan di Cikarang Pusat. *Jurnal Komunitas : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 165–171. <https://doi.org/10.31334/jks.v6i2.3506>

- Chandra, N., Fontanella, A., Gustati, Yusnani, & Endrawati. (2024). Pelatihan Business Model Canvas (Bmc) untuk Meningkatkan Minat Berwirausaha Siswa SMK Negeri 1 Sawahlunto. *Jurnal Vokasi*, 8(2), 239–245. <https://doi.org/10.30811/vokasi.v8i2.4612>
- Enjelina, A. D., Surya, K. R. A., Nasution, S. N., & Salsabila, Y. (2025). Peningkatan Keterampilan Kewirausahaan Siswa SMK melalui Pelatihan Pembuatan Cookies Inovatif Berbahan Tepung Mocaf, Tepung Beras, dan Jahe. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia (JAMSI)*, 5(3), 897–906. <https://doi.org/10.54082/jamsi.1878>
- Fadillah, A., & Indrawan, D. (2023). Transforming Sustainability and Health System in Dairy Cooperatives: an Innovative Business Model Canvas for Value Creation in Western Java, Indonesia. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, 20(3), 431–439. <https://doi.org/10.17358/jma.20.3.431>
- Fakhrurrozi, Batubara, A., Siregar, E., Pardede, I. M., & Nursalamah. (2024). Strategi Penerapan Metode Business Model Canvas (BMC) dalam Pengembangan Usaha Bisnis Kedai di Kota Padangsidempuan. *Jurnal Graha Nusantara*, 1(2), 33–43. <https://doi.org/10.64168/jgn.v1i2.1532>
- Giovanni, A., Fatimah, A. N., Kurniawan, D. S., Aprilia, V. D., Witantri, G., Kurniasari, E., & Utomo, B. S. (2024). Optimalisasi Kelembagaan Sanggar Tani Muda Melalui Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia Berbasis BMC. *Surya Abdimas*, 8(4), 626–635. <https://doi.org/10.37729/abdimas.v8i4.5359>
- Hakim, M. A. S., Baga, L. M., & Tinaprilla, N. (2024). Strategi Pengembangan Usaha Pelatihan Hidroponik di Kota Bogor. *Forum Agribisnis (Agribusiness Forum)*, 14(1), 8–17. <https://doi.org/10.29244/fagb.14.1.8-17>
- Handajani, L., Husnan, L. H., & Sokarina, A. (2025). Edukasi dan Pelatihan Penyusunan Business Model Canvas (BMC) Bagi Wirausaha Pemula untuk Perencanaan Usaha yang Inovatif. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 8(3). <https://doi.org/10.29303/jpmmpi.v8i3.12865>
- Huda, A. N., Hamdani, U., Rahayu, W. P., & Winarno, A. (2025). Pengembangan Manajemen Skill pada Wirausaha Lokal : Studi Kasus UMKM Bu Umar Cake. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 4(2), 177–186. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v4i2.3467>
- Jamira, A., Agustiningsih, N., & Febriani, Y. (2021). The Implementation of Business Model Canvas (BMC) to Improve Students' Entrepreneurship Mindset. *Dinasti International Journal of Education Management and Social Science (DIJEMSS)*, 2(3), 395–403. <https://doi.org/10.31933/dijemss.v2i3>
- Nuriana, M. S. P. D., Wijaya, F., & Herlinawati, E. (2024). Strategi Pengembangan Usaha Pada UMKM Dimsum (Studi Kasus:Mami Dimsum Bandung). *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi, & Bisnis*, 5(3), 313–328. <https://doi.org/10.47747/jismab.v5i3.1856>
- Permatasari, S. J., Yunfha, T., Fariansyah, A., & Umam, H. R. (2024). Pelatihan BMC (Business Model Canvas) Kepada UMKM Es Teler Sultan. *Jurnal Pengabdian Sosial*, 1(3), 115–119. <https://doi.org/10.59837/kknedx20>
- Putra, I. B. A., Darmawan, I. M. D. H., & Dewi, D. P. N. (2024). Pelatihan Business Model Canvas untuk Meningkatkan Kompetensi Wirausaha Siswa SMA. *AJAD : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 479–484. <https://doi.org/10.59431/ajad.v4i3.358>
- Rafi, S. M., & Rusle, R. B. (2022). The Student Satisfactions in Using BMC Online Tools in Teaching and Learning. *Dinasti International Journal of Education Management and Social Science (DIJEMSS)*, 3(5), 781–790. <https://doi.org/10.31933/dijemss.v3i5>
- Ridwan, M., Awaliyah, F., Adinasa, M. N., & Febrianti, T. (2023). Analisis Model Bisnis Koperasi Eptilu dengan Pendekatan Business Model Canvas. *MAHATANI: Jurnal Agribisnis (Agribusiness And Agricultural Economics Journal)*, 6(2), 325–335. <https://doi.org/10.52434/mja.v6i2.3288>
- Sekarningtyas, H., & Firdaus, M. A. (2025). Peningkatan Kompetensi Kewirausahaan Mahasiswa Melalui Pelatihan Business Model Canvas dan Strategi Digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*

Bakti Negeri (JBN), 2(1), 29–37. <https://doi.org/10.71277/jpyg7m46>

Susanto, F., Soleh, A., & Sachanovrissa, S. (2025). Model Kanvas Bisnis Dalam Merencanakan Bisnis (Business Canvas Model In Business Planning). *Journal of Law, Social Science, and Management Review*, 1(3), 117–126. <https://doi.org/10.70963/jlsmr.v1i3>