

Pelatihan Identifikasi dan Pemetaan Peluang Usaha bagi Mahasiswa sebagai Persiapan Berwirausaha

Isma Azis Riu¹, Wiwin Riski Windarsari^{1,*}, Achmad Ridha¹, Hery Maulana Arif², Adriansyah³

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar, Indonesia

²Program Studi D4 Bahasa Inggris, Fakultas Bahasa dan Sastra, Universitas Negeri Makassar, Indonesia

³Program Studi Pendidikan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar, Indonesia

* Corresponding author: wiwin.riski.windarsari@unm.ac.id

Received: 1 Agustus 2025, Revised: 30 Agustus 2025, Accepted: 31 Agustus 2025

DOI : <https://doi.org/10.63288/jipm.v1i2.9>

Abstrak: Kewirausahaan menjadi salah satu kunci dalam mencetak generasi muda yang mandiri dan inovatif, sekaligus solusi terhadap tingginya angka pengangguran terdidik di Indonesia. Data BPS tahun 2024 menunjukkan lebih dari satu juta lulusan perguruan tinggi belum memiliki pekerjaan, sehingga mahasiswa perlu dibekali keterampilan berwirausaha sejak dini. Salah satu permasalahan utama yang dihadapi mahasiswa adalah keterbatasan dalam mengidentifikasi serta memetakan peluang usaha secara sistematis. Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian ini dirancang untuk meningkatkan kompetensi kewirausahaan mahasiswa melalui pelatihan identifikasi dan pemetaan peluang usaha. Metode yang digunakan terdiri dari tiga tahapan, yaitu penyadaran melalui seminar interaktif, penguatan kapasitas melalui praktik penyusunan Business Model Canvas (BMC) dan analisis SWOT, serta pemberian daya melalui pendampingan penyusunan rencana bisnis sederhana. Kegiatan diikuti oleh 35 mahasiswa yang dibagi menjadi lima kelompok kecil agar pendampingan lebih intensif. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada pemahaman konsep kewirausahaan, keterampilan menyusun BMC, kemampuan analisis SWOT, serta motivasi mahasiswa untuk berwirausaha. Ide usaha yang dihasilkan beragam dan relevan dengan tren pasar, seperti kuliner sehat, jasa edukasi berbasis aplikasi, dan produk ramah lingkungan. Kegiatan ini membuktikan bahwa pelatihan berbasis praktik efektif dalam membekali mahasiswa untuk membaca peluang usaha dan menyusun strategi bisnis yang lebih terstruktur. Dengan demikian, pengabdian ini berkontribusi dalam menyiapkan mahasiswa menjadi wirausahawan muda yang berdaya saing serta mampu memberikan dampak positif bagi pembangunan ekonomi.

Kata Kunci : Pelatihan; Mahasiswa; Kewirausahaan; Peluang Usaha; Business Model Canvas.

Abstract: Entrepreneurship is one of the key factors in shaping a self-reliant and innovative young generation, as well as a solution to the high number of educated unemployment in Indonesia. According to BPS data in 2025, more than one million university graduates remain unemployed, highlighting the need to equip students with entrepreneurial skills from an early stage. One of the main challenges faced by students is the lack of ability to systematically identify and map business opportunities. Based on this problem, this community service program was designed to improve students' entrepreneurial competence through training in identifying and mapping business opportunities. The method consisted of three stages: awareness through interactive seminars, capacity building through practical exercises using the Business Model Canvas (BMC) and SWOT analysis, and empowerment through mentoring in preparing simple business plans. The program involved 25 students divided into five small groups to allow for more intensive guidance. The results showed a significant increase in students' understanding of entrepreneurship concepts, skills in constructing BMC, ability to conduct SWOT analysis, and motivation to engage in entrepreneurship. The business ideas generated were diverse and relevant to market trends, including healthy culinary businesses, application-based educational services, and environmentally friendly products. This program demonstrates that practice-based training is effective in equipping students to identify business opportunities and develop more structured business strategies. Thus, this community service contributes to preparing competitive young entrepreneurs who can make a positive impact on economic development.

Keywords : Training; Undergraduated; Entrepreneurship; Business Opportunities; Business Model Canvas.

1. Pendahuluan

Mahasiswa merupakan kelompok strategis yang diharapkan mampu menjadi motor penggerak pembangunan bangsa melalui kreativitas, inovasi, dan semangat kewirausahaan. Sebagai generasi muda yang berada di masa transisi menuju dunia kerja, mahasiswa dituntut untuk tidak hanya



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).
Copyright © 2025 | Katalis : Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat
Published by Candela Edutech Indonesia

mengandalkan lapangan kerja formal, tetapi juga mampu menciptakan peluang kerja baru melalui kegiatan wirausaha. Data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa tingkat pengangguran terdidik di Indonesia masih cukup tinggi, salah satunya berasal dari lulusan perguruan tinggi. Kondisi ini mengindikasikan bahwa banyak mahasiswa yang belum memiliki kesiapan untuk berwirausaha maupun bersaing di dunia kerja profesional.

Permasalahan utama yang dihadapi mahasiswa dalam memulai usaha adalah keterbatasan kemampuan dalam mengidentifikasi dan memetakan peluang usaha secara sistematis. Faktor utama yang memengaruhi kemampuan ini adalah kurangnya pengetahuan sebelumnya, kreativitas, *alertness* kewirausahaan, serta minimnya pengalaman dan pelatihan yang terstruktur [1], [2], [3], [4], [5]. Banyak ide usaha lahir hanya mengikuti tren sesaat tanpa didasari analisis pasar yang komprehensif. Akibatnya, usaha yang dijalankan sering kali tidak mampu bertahan lama karena tidak sesuai dengan kebutuhan konsumen dan kondisi persaingan. Selain itu, mahasiswa sering menghadapi kendala dalam merancang strategi bisnis yang berkelanjutan, baik dari sisi model usaha, pengelolaan sumber daya, maupun strategi pemasaran.

Isu-isu terkait dengan kondisi ini antara lain rendahnya literasi kewirausahaan di kalangan mahasiswa, minimnya pengalaman praktis dalam merancang model bisnis, serta keterbatasan akses pada pendampingan kewirausahaan. Di era disrupsi digital, kompetensi analisis pasar menjadi kunci utama untuk menghadapi perubahan perilaku konsumen yang cepat dan persaingan yang semakin ketat. Kemampuan ini tidak hanya meningkatkan inovasi, tetapi juga menentukan keunggulan bersaing dan kelangsungan bisnis. Komponen kompetensi analisis pasar diantaranya memahami kebutuhan dan perilaku konsumen secara mendalam, menganalisis kekuatan dan kelemahan pesaing di pasar, kemampuan mengadopsi teknologi dan metode baru dalam pemasaran, keterampilan memimpin tim dan mengambil inisiatif dalam perubahan pasar, serta penggunaan data dan teknologi untuk memprediksi tren dan peluang pasar [6], [7], [8]. Oleh karena itu, dibutuhkan pelatihan yang tidak hanya memberikan teori, tetapi juga praktik nyata dalam mengidentifikasi serta memetakan peluang usaha sebagai persiapan berwirausaha.

Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah memberikan bekal keterampilan praktis kepada mahasiswa dalam mengidentifikasi dan memetakan peluang usaha melalui pendekatan Business Model Canvas (BMC) dan analisis SWOT. Melalui pelatihan ini, mahasiswa diharapkan mampu menyusun ide usaha yang lebih terstruktur, menganalisis kekuatan serta kelemahan internal, sekaligus memahami peluang dan ancaman eksternal yang dapat memengaruhi keberlangsungan usaha. Manfaat dari kegiatan ini adalah meningkatnya kompetensi kewirausahaan mahasiswa, bertambahnya motivasi untuk berwirausaha, serta terbentuknya rencana bisnis sederhana yang dapat dijadikan dasar dalam pengembangan usaha di masa depan.

Sejumlah kegiatan pengabdian sebelumnya menunjukkan bahwa pelatihan berbasis metode analitis dapat meningkatkan kesiapan kewirausahaan mahasiswa. Misalnya, pelatihan kewirausahaan berbasis *design thinking* berhasil meningkatkan kreativitas mahasiswa dalam menghasilkan ide bisnis. *Design thinking* secara efektif mengajarkan keterampilan kewirausahaan kepada mahasiswa sains dan teknik, yang mengarah pada pembelajaran transformasional dan penerapan dalam kehidupan nyata di luar konteks mata kuliah [9]. Paparan terhadap model peran kewirausahaan yang sukses di pendidikan tinggi secara positif memengaruhi sikap dan niat kewirausahaan mahasiswa, dengan fokus yang lebih tinggi pada manfaat sosial dibandingkan manfaat finansial [10]. Pelaksanaan pelatihan kewirausahaan menggunakan Business Model Canvas telah berhasil meningkatkan pemahaman dan pendidikan kewirausahaan mahasiswa [11]. Metode BMC dapat meningkatkan pola pikir kewirausahaan mahasiswa, yang mengarah pada pengetahuan tentang memulai bisnis, kreativitas, dan inovasi [12].

Dengan landasan tersebut, kegiatan pelatihan identifikasi dan pemetaan peluang usaha bagi

mahasiswa ini dirancang sebagai langkah strategis untuk menjembatani kesenjangan antara teori kewirausahaan di ruang kuliah dengan praktik nyata yang dibutuhkan di dunia usaha. Pendekatan BMC dan SWOT dipilih karena memberikan kemudahan bagi mahasiswa untuk menuangkan ide secara terstruktur sekaligus menilai kelayakan usaha dari berbagai aspek. Pada akhirnya, kegiatan ini diharapkan dapat menghasilkan generasi muda yang lebih siap berwirausaha, memiliki daya saing tinggi, dan mampu berkontribusi dalam pembangunan ekonomi bangsa.

2. Metode Pelaksanaan Pengabdian

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif melalui pelatihan yang melibatkan mahasiswa sebagai subjek utama. Pendekatan partisipatif dipilih karena mahasiswa tidak hanya berperan sebagai penerima materi, tetapi juga menjadi pelaku aktif yang merancang dan mengembangkan ide usaha mereka sendiri [13]. Metode ini dipandang efektif dalam meningkatkan keterampilan praktis sekaligus membangun motivasi kewirausahaan. Pelatihan kompetensi kewirausahaan dengan inovasi terbuka di pendidikan tinggi meningkatkan keterampilan dan motivasi, yang mengarah pada peningkatan daya saing lulusan universitas [14]. Metode studi kasus dalam pendidikan kewirausahaan sarjana secara efektif meningkatkan pengetahuan, keterampilan, niat, dan aktivitas kewirausahaan, tetapi memerlukan peningkatan ruang fisik untuk mobilitas dosen dan keterlibatan mahasiswa [15].

Pelatihan ini diikuti oleh 35 mahasiswa yang berasal dari berbagai program studi. Jumlah tersebut dipandang ideal karena memungkinkan pendampingan dilakukan secara intensif. Peserta kemudian dibagi ke dalam 5 kelompok kecil yang masing-masing terdiri dari lima orang. Pembagian kelompok ini bertujuan agar mahasiswa dapat lebih mudah berkolaborasi, berdiskusi, serta saling melengkapi gagasan dalam menyusun model bisnis.

Langkah pertama yang dilakukan adalah tahap penyadaran. Pada tahap ini, tim pengabdian memberikan sosialisasi mengenai urgensi kewirausahaan dan pentingnya identifikasi peluang usaha sejak dini. Sosialisasi dilakukan dalam bentuk seminar interaktif yang mengulas kondisi aktual dunia kerja, data pengangguran sarjana, serta tren kewirausahaan di era digital. Tujuannya untuk menumbuhkan kesadaran mahasiswa bahwa berwirausaha merupakan alternatif karier yang strategis sekaligus solutif dalam menghadapi tantangan ketenagakerjaan.



Gambar 1. Sosialisasi mengenai urgensi kewirausahaan dan pentingnya identifikasi peluang usaha sejak dini

Setelah tahap penyadaran, kegiatan dilanjutkan pada tahap penguatan kapasitas. Pada tahap ini, mahasiswa diberikan pembekalan materi mengenai metode analisis peluang usaha menggunakan

Business Model Canvas (BMC) dan analisis SWOT. Penyampaian materi dilakukan secara klasikal disertai studi kasus nyata yang relevan dengan dunia mahasiswa, misalnya peluang usaha di bidang kuliner sehat, digital marketing, maupun produk ramah lingkungan. Setelah memperoleh pemahaman dasar, mahasiswa dibagi dalam kelompok kecil untuk mempraktikkan penyusunan BMC sesuai ide bisnis yang mereka pilih. Setiap kelompok kemudian melanjutkan dengan analisis SWOT untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari usaha yang mereka rancang.

Tahap berikutnya adalah pemberian daya yang difokuskan pada pendampingan dan simulasi rencana usaha. Pada tahap ini, mahasiswa didorong untuk menyusun rencana bisnis sederhana berdasarkan hasil pemetaan BMC dan analisis SWOT yang telah dilakukan. Setiap kelompok mempresentasikan hasil kerja mereka di hadapan fasilitator dan peserta lain, sehingga terjadi diskusi dan pertukaran ide. Fasilitator kemudian memberikan masukan dan arahan untuk memperbaiki strategi bisnis mahasiswa agar lebih realistis dan sesuai dengan kebutuhan pasar.

Untuk menilai keberhasilan kegiatan, dilakukan evaluasi melalui kombinasi pre-test dan post-test, observasi selama pelatihan, serta penilaian terhadap hasil kerja mahasiswa. Pre-test dan post-test digunakan untuk mengukur peningkatan pemahaman mahasiswa mengenai kewirausahaan, khususnya dalam identifikasi peluang pasar. Observasi digunakan untuk menilai tingkat partisipasi dan keterlibatan mahasiswa selama proses pelatihan, sementara hasil kerja berupa BMC dan analisis SWOT menjadi indikator keberhasilan dalam penerapan materi. Melalui langkah-langkah tersebut, kegiatan ini tidak hanya memberikan pengetahuan teoritis, tetapi juga menghasilkan keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan oleh mahasiswa dalam merancang usaha.

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian berupa pelatihan identifikasi dan pemetaan peluang usaha bagi mahasiswa sebagai persiapan berwirausaha dilaksanakan dalam bentuk seminar, pelatihan teknis, diskusi kelompok, dan presentasi hasil. Kegiatan pelatihan diikuti oleh 35 mahasiswa yang dibagi ke dalam 5 kelompok kecil. Selama kegiatan berlangsung, mahasiswa terlihat antusias dan aktif dalam mengikuti setiap tahapan. Pelatihan berhasil meningkatkan pemahaman mahasiswa tentang konsep kewirausahaan sekaligus melatih keterampilan praktis mereka dalam menyusun model bisnis.

Hasil dari tahap penyadaran menunjukkan bahwa mahasiswa mulai memahami urgensi kewirausahaan sebagai alternatif karier. Diskusi interaktif yang menampilkan data pengangguran lulusan perguruan tinggi mendorong mahasiswa untuk berpikir kritis mengenai pentingnya menciptakan usaha baru. Sebagian besar mahasiswa yang sebelumnya menganggap kewirausahaan sebagai pilihan sekunder mulai menyadari bahwa berwirausaha merupakan peluang karier yang menjanjikan.

Pada tahap penguatan kapasitas, mahasiswa memperoleh pengalaman langsung dalam menggunakan Business Model Canvas (BMC) dan analisis SWOT. Dalam sesi praktik, mereka dibagi dalam kelompok kecil dan diminta untuk merancang ide bisnis sederhana. Hasilnya, mahasiswa mampu memetakan ide usaha ke dalam sembilan elemen BMC, meliputi *customer segments*, *value propositions*, *channels*, *customer relationships*, *revenue streams*, *key resources*, *key activities*, *key partnerships*, dan *cost structure*. Selain itu, mereka juga berhasil mengidentifikasi faktor internal dan eksternal melalui analisis SWOT yang memengaruhi keberlanjutan ide usaha.

Tabel 1. Hasil pre-test dan post-test pemahaman mahasiswa

Aspek yang Dinilai	Rata-rata Pre-test	Rata-rata Post-test	Peningkatan (%)
Pemahaman konsep kewirausahaan	55	82	49
Kemampuan menyusun Business Model Canvas	40	78	95
Kemampuan melakukan analisis SWOT	42	80	90
Motivasi untuk berwirausaha	60	88	47

Dari tabel di atas, terlihat peningkatan yang signifikan pada seluruh aspek setelah pelatihan. Peningkatan paling tinggi terjadi pada kemampuan menyusun BMC dan analisis SWOT, yang menunjukkan bahwa metode pelatihan berbasis praktik efektif dalam meningkatkan keterampilan mahasiswa.

Pada tahap pemberian daya, mahasiswa mempresentasikan hasil pemetaan peluang usaha yang telah mereka rancang. Ide-ide yang dihasilkan cukup beragam, antara lain usaha kuliner sehat, aplikasi jasa edukasi daring, dan produk fashion ramah lingkungan. Setiap kelompok memaparkan hasil BMC dan analisis SWOT yang telah disusun, kemudian mendapatkan umpan balik dari fasilitator. Proses ini meningkatkan kepercayaan diri mahasiswa sekaligus melatih kemampuan mereka dalam mengkomunikasikan ide bisnis.

**Gambar 2.** Dokumentasi presentasi kelompok mahasiswa dalam menyampaikan hasil analisis peluang usaha

Secara umum, kegiatan pelatihan ini memberikan dampak positif bagi mahasiswa. Selain peningkatan pengetahuan dan keterampilan, mahasiswa juga menunjukkan motivasi yang lebih tinggi untuk mencoba usaha mandiri. Pelatihan berbasis metode analitis seperti BMC dan SWOT efektif dalam membantu wirausaha pemula menyusun strategi usaha yang lebih matang [16], [17], [11], [18], [19], [20]. Selain peningkatan skor pada aspek pemahaman konsep, keterampilan BMC, dan analisis SWOT, hasil diskusi kelompok juga menunjukkan bahwa mahasiswa mampu mengaplikasikan hasil pelatihan ke dalam ide bisnis yang lebih konkret. Misalnya, pada kelompok kuliner sehat, mahasiswa tidak hanya menyusun value proposition berupa “menu praktis rendah kalori untuk mahasiswa kos”,

tetapi juga mampu mengidentifikasi channel distribusi yang sesuai, yaitu melalui aplikasi pesan antar dan promosi via media sosial kampus. Contoh lain muncul dari kelompok produk fashion ramah lingkungan, yang berhasil mengintegrasikan analisis SWOT dengan hasil observasi lapangan: mereka menemukan peluang meningkatnya tren sustainable fashion di kalangan anak muda, sekaligus mengantisipasi ancaman tingginya harga bahan baku dengan strategi kemitraan bersama komunitas daur ulang lokal. Proses ini memperlihatkan bahwa keterampilan mengidentifikasi dan memetakan peluang usaha bukan hanya memperkaya pengetahuan, melainkan juga mendorong mahasiswa untuk merancang solusi bisnis yang relevan, terukur, dan berdaya saing. Dengan demikian, kompetensi kewirausahaan mahasiswa tidak hanya meningkat secara konseptual, tetapi juga aplikatif dalam menghasilkan ide yang berorientasi pada kebutuhan pasar.

Hasil pengabdian ini memiliki implikasi penting bagi pengembangan kurikulum kewirausahaan di perguruan tinggi. Pertama, temuan bahwa mahasiswa mampu menyusun model bisnis yang lebih terstruktur setelah pelatihan menunjukkan perlunya integrasi praktik penyusunan Business Model Canvas dan analisis SWOT secara lebih sistematis dalam mata kuliah kewirausahaan. Hal ini akan memperkuat pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*) sehingga mahasiswa tidak hanya memahami teori, tetapi juga mampu mengimplementasikannya. Kedua, peningkatan motivasi berwirausaha yang ditunjukkan mahasiswa mengindikasikan bahwa pendidikan kewirausahaan perlu diarahkan pada pendekatan yang lebih aplikatif dan kolaboratif, misalnya melalui proyek bisnis lintas disiplin. Dari sisi kebijakan, hasil ini dapat dijadikan dasar bagi perguruan tinggi untuk memperkuat ekosistem kewirausahaan kampus, seperti mendirikan entrepreneurship center, mengembangkan program inkubasi bisnis mahasiswa, serta memperluas kerja sama dengan dunia usaha dan pemerintah daerah. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini tidak hanya berdampak pada peserta secara langsung, tetapi juga memberikan kontribusi strategis dalam merumuskan kebijakan kewirausahaan di lingkungan pendidikan tinggi.

4. Kesimpulan

Kegiatan pelatihan identifikasi dan pemetaan peluang usaha bagi mahasiswa sebagai persiapan berwirausaha berhasil mencapai tujuan yang ditetapkan, terbukti dari peningkatan pemahaman 25 peserta mengenai konsep kewirausahaan, keterampilan dalam menyusun Business Model Canvas (BMC), serta kemampuan analisis SWOT untuk menilai kelayakan ide usaha yang kemudian menghasilkan ide bisnis relevan, presentasi yang percaya diri, dan motivasi lebih tinggi untuk berwirausaha. Meski demikian, hambatan tetap ditemui, seperti kesulitan sebagian mahasiswa dalam menguraikan ide bisnis ke dalam sembilan elemen BMC, keterbatasan waktu yang membatasi pendampingan intensif, serta perbedaan kemampuan dalam analisis pasar yang membuat hasil antar kelompok belum merata. Hasil ini menunjukkan perlunya program lanjutan berupa inkubasi bisnis mahasiswa dengan pendampingan jangka panjang, khususnya dalam implementasi usaha, pemasaran digital, dan akses permodalan, serta keterlibatan mitra eksternal seperti pelaku usaha lokal, inkubator bisnis, dan lembaga perbankan agar mahasiswa memperoleh pengalaman nyata dan dukungan ekosistem kewirausahaan yang lebih kuat. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya membekali mahasiswa dengan keterampilan analisis, tetapi juga membuka peluang bagi mereka untuk merealisasikan ide bisnis menjadi usaha berkelanjutan.

5. Daftar Pustaka

- [1] M. Farrokhnia, O. Noroozi, Y. Baggen, T. Lans, H. Biemans, and L. Pittaway, "Fostering University Students' Entrepreneurial Opportunity Identification Capability: A Systematic Literature Review," *Entrep. Educ. Pedagogy*, vol. 0, no. 0, 2025, doi: <https://doi.org/10.1177/25151274241309938>.

- [2] I. Fayena, A. Nelson, L. Rashman, and D. Rensburg, "Learning strategies of high-tech entrepreneurs about business opportunities," *Int. J. Entrep. Venturing*, 2020, doi: <https://doi.org/10.1504/IJEV.2020.105549>.
- [3] S. Karimi, H. J. A. Biemans, T. Lans, M. Aazami, and M. Mulder, "Fostering students' competence in identifying business opportunities in entrepreneurship education," *Innov. Educ. Teach. Int.*, vol. 53, no. 2, pp. 215–229, 2014, doi: <https://doi.org/10.1080/14703297.2014.993419>.
- [4] A. Junça-Silva, H. Duarte, and S. Santos, "Personal initiative, risk-taking, creativity and opportunity discovery among students," *J. Enterprising Communities: People Places Global Econ.*, vol. 18, no. 1, pp. 49–71, 2024, doi: <https://doi.org/10.1108/jec-10-2022-0150>.
- [5] A. Soni and K. M. Bakhru, "Mediation Effect of Entrepreneurial Alertness Between Prior Knowledge and Experience on Entrepreneurial Intention Among Accountancy Students," *Bus. Perspect. Res.*, vol. 0, no. 0, 2023, doi: <https://doi.org/10.1177/22785337231162755>.
- [6] I. Ibadov, A. Aksenov, I. Iumanova, and A. Sozykin, "The Concept of a Dynamic Model of Competencies for the Labor Market Analysis," in *Proc. 2020 Ural Symp. Biomed. Eng., Radioelectron. Inf. Technol. (USBREIT)*, 2020, pp. 511–515, doi: <https://doi.org/10.1109/USBREIT48449.2020.9117691>.
- [7] H. E. Ozkaya, C. Droge, G. T. M. Hult, R. Calantone, and E. Ozkaya, "Market orientation, knowledge competence, and innovation," *Int. J. Res. Mark.*, vol. 32, no. 3, pp. 309–318, 2015, doi: <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2014.10.004>.
- [8] D. B. Olazo, "Marketing competency, marketing innovation and sustainable competitive advantage of small and medium enterprises (SMEs): a mixed-method analysis," *Asia Pac. J. Mark. Logist.*, vol. 35, no. 4, pp. 890–907, Apr. 2023, doi: <https://doi.org/10.1108/APJML-01-2022-0050>.
- [9] M. Lynch, U. Kamovich, K. K. Longva, and M. Steinert, "Combining technology and entrepreneurial education through design thinking: Students' reflections on the learning process," *Technol. Forecast. Soc. Change*, vol. 164, p. 119689, 2021. <https://doi.org/10.1016/J.TECHFORE.2019.06.015>.
- [10] G. Boldureanu, A. Ionescu, A. Bercu, M. Bedrule-Grigoruță, and D. Boldureanu, "Entrepreneurship Education through Successful Entrepreneurial Models in Higher Education Institutions," *Sustainability*, vol. 12, 1267, 2020, doi: <https://doi.org/10.3390/su12031267>.
- [11] U. Widyastuti, E. Maulida, P. Yuniarti, F. D. Lestari, E. Gurendrawati, D. Dara, and I. Ulupui, "Business Model Canvas (BMC) Training to Support the Strengthening of Student Entrepreneurship," *J. Pemberdayaan Masy. Madani (JPMM)*, vol. 8, no. 1, pp. 71–84, 2024, doi: <https://doi.org/10.21009/JPMM.008.1.06>.
- [12] A. Jamira, N. Agustiningsih, and Y. Febriani, "The implementation of Business Model Canvas (BMC) to improve students' entrepreneurship mindset," *DIJEMSS*, vol. 2, no. 3, pp. 395–403, Feb. 2021, doi: <https://doi.org/10.31933/DIJEMSS.V2I3.751>.
- [13] E. Badzińska, "Experiential and result-driven entrepreneurship education: evidence from an international project," *Przedsiębiorczość - Edukacja*, 2021, doi: <https://doi.org/10.24917/20833296.171.6>.

- [14] P. Iglesias-Sánchez, C. Jambrino-Maldonado, and C. De Las Heras-Pedrosa, "Training Entrepreneurial Competences with Open Innovation Paradigm in Higher Education," *Sustainability*, vol. 11, 4689, 2019, doi: <https://doi.org/10.3390/su11174689>.
- [15] M. Musara, "Using the Case Study Method in Undergraduate Entrepreneurship Education," *Adm. Sci.*, vol. 14, no. 4, p. 60, 2024, doi: <https://doi.org/10.3390/admsci14040060>.
- [16] P. Sastroredjo, M. Marianti, P. Permatasari, I. Istiharini, and N. Christi, "Pelatihan manajemen untuk meningkatkan kemampuan pelaku usaha mikro dan kecil (UMK) bidang kuliner di Kota Bandung," *Abdimas Altruis: J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 5, no. 2, pp. 122–127, Oct. 2022, doi: <https://doi.org/10.24071/aa.v5i2.4559>.
- [17] N. Khofiyah, H. Windyatri, A. Riandani, and H. Herol, "Usulan pengembangan bisnis UMKM dengan pendekatan analisa SWOT dan Business Model Canvas (BMC)," *J. Pengabd. Masy. (ABDIRA)*, vol. 5, no. 1, Jan. 2025, doi: <https://doi.org/10.31004/abdira.v5i1.569>.
- [18] N. S. Sonjaya, A. Yudianto, M. Nurpratama, and T. Firdaus, "Pelatihan membuat proposal bisnis dengan model bisnis canvas," *J. Pengabd. Nas. (JPN) Indones.*, vol. 6, no. 2, pp. 365–378, 2025, doi: <https://doi.org/10.63447/jpni.v6i2.1333>.
- [19] R. Balocco, A. Cavallo, A. Ghezzi, and J. Berbegal-Mirabent, "Lean business models change process in digital entrepreneurship," *Bus. Process Manag. J.*, vol. 25, no. 7, pp. 1520–1542, Oct. 2019, doi: <https://doi.org/10.1108/BPMJ-07-2018-0194>.
- [20] Y. Kusumawati and E. Mulyani, "Role of 'Business Model Canvas' (BMC) in improving omzet, comparative analysis approach of beginner entrepreneurs in the field of creative economy," *Eduvest - J. Univ. Stud.*, vol. 4, no. 3, Mar. 2024, doi: <https://doi.org/10.59188/eduvest.v4i3.1077>.