

PEMBERDAYAAN SISWA VOKASI MELALUI BOOTCAMP KEWIRAUSAHAAN BERBASIS SELF-WORTH DAN BUSINESS MODEL CANVAS

¹Wahda, ²Nurdjanah Hamid, ³Fauziah Umar, ⁴Wardhani Hakim,
⁵Retno Fitrianti, ⁶Romi Setiawan, ⁷Isnawati Osman, ⁸M. Iqbal,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Hasanuddin
Jl. Perintis Kemerdekaan Km.10 Tamalanrea, Makassar Sulawesi Selatan Indonesia

*¹Email: wahda@fe.unhas.ac.id

ABSTRAK

Pendidikan vokasi menghadapi tantangan struktural berupa tingginya tingkat pengangguran terbuka akibat ketidaksesuaian (mismatch) kompetensi dan orientasi lulusan yang cenderung pasif sebagai pencari kerja. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan merekonstruksi pola pikir defensif siswa vokasi menjadi lebih proaktif melalui program “SMK-Preneur Bootcamp: 1 Hari Jadi Bos!”. Mitra kegiatan adalah 30 siswa dari berbagai program keahlian di SMK Negeri 3 Makassar. Metode pelaksanaan dilakukan melalui pendekatan terintegrasi yang menggabungkan pelatihan berbasis simulasi model bisnis menggunakan Business Model Canvas (BMC) dengan advokasi penentuan harga keahlian teknis (self-worth) serta teknik visualisasi komersial menggunakan smartphone photography. Evaluasi dilakukan secara kuantitatif menggunakan instrumen pre-test dan post-test sebanyak 19 butir soal untuk mengukur pemahaman mindset kewirausahaan, pemodelan bisnis, dan pemasaran digital. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kapasitas kognitif dan kesiapan wirausaha yang signifikan, ditunjukkan oleh kenaikan rata-rata skor dari 36,84% menjadi 88,95%. Nilai normalized gain (N-gain) sebesar 0,83 berada pada kategori efektivitas tinggi dan diperkuat oleh hasil paired t-test ($t = 14,52; p < 0,001$).

Kata Kunci : SMK-preneur bootcamp; job creator mindset; kewirausahaan vokasi; model bisnis

ABSTRACT

Vocational education faces structural challenges in the form of high open unemployment rates caused by competency mismatch and graduates' passive orientation as job seekers. This community service program aimed to reconstruct vocational students' defensive mindset into a more proactive entrepreneurial mindset through the “SMK-Preneur Bootcamp: 1 Day to Be a Boss!” program. The participants consisted of 30 students from various vocational majors at SMK Negeri 3 Makassar. The program employed an integrated approach combining business simulation-based training using the Business Model Canvas (BMC) with advocacy activities focused on determining technical skill pricing (self-worth) and commercial visualization techniques through smartphone photography. Quantitative evaluation was conducted using cognitive instruments in the form of pre-tests and post-tests consisting of 19 items to measure students' understanding of entrepreneurial mindset, business modeling, and digital marketing. The results demonstrated a significant improvement in students' cognitive capacity and entrepreneurial readiness, as indicated by the increase in average scores from 36.84% in the pre-test to 88.95% in the post-test. The average normalized gain (N-gain) score of 0.83 was categorized as highly effective and supported by paired t-test results ($t = 14.52; p < 0.001$).

Keywords: SMK-Preneur Bootcamp; job creator mindset; vocational entrepreneurship; business modeling;

PENDAHULUAN

Pendidikan vokasi di Indonesia, khususnya pada jenjang Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), saat ini berada pada persimpangan jalan yang krusial di tengah dinamika Revolusi Industri 4.0 dan transisi menuju Society 5.0. Secara historis, orientasi utama lulusan SMK dirancang untuk diserap oleh sektor industri sebagai tenaga kerja terampil (*job seekers*). Namun, data statistik ketenagakerjaan menunjukkan adanya anomali struktural yang persisten, di mana tingkat pengangguran terbuka masih didominasi oleh lulusan SMK akibat ketidaksesuaian (*mismatch*) antara kompetensi pendidikan dan kebutuhan dunia kerja (Badan Pusat Statistik, 2024; Khomsah et al., 2025)). Fenomena ini menunjukkan bahwa lebih dari separuh lulusan SMK mengalami ketidaksesuaian horizontal dalam pekerjaan yang mereka jalani (Dweck, 2017). (Newman et al., 2019; Respati et al., 2026; Wayan Nanik Suaryani Taro Putri & Putu Noviyanti Kusuma, 2025).

Oleh karena itu, diperlukan reposisi strategis dalam kurikulum non-formal melalui program pengabdian masyarakat yang mampu mentransformasi pola pikir siswa dari pencari kerja menjadi pencipta lapangan kerja (*job creator*) (Kurnia Sari & Utari, 2025). Studi menunjukkan bahwa penguatan link and match serta pengembangan soft skills dan kewirausahaan menjadi strategi penting dalam meningkatkan daya serap lulusan SMK di dunia industri (Osterwalder et al., 2014). Selain itu, pendekatan berbasis pelatihan dan pengalaman kerja terbukti dapat menurunkan tingkat *mismatch* secara signifikan (Setyawan et al., 2026).

Kota Makassar sebagai hub ekonomi di kawasan Timur Indonesia memiliki potensi besar dalam pengembangan wirausaha berbasis keterampilan teknis (*technopreneur*) (Rakib & Ihsan Said, 2024). Sektor jasa permesinan, otomotif, kelistrikan, hingga energi terbarukan terus berkembang seiring percepatan pembangunan daerah. Keterampilan teknis siswa SMK Negeri 3 Makassar seperti teknik pengelasan, kelistrikan, otomotif, dan energi surya merupakan aset produktif yang bernilai tinggi. Namun tanpa penguatan jiwa kewirausahaan, keterampilan tersebut berisiko hanya menjadi komoditas tenaga kerja dengan nilai tawar rendah (Safa et al., 2026). Banyak siswa belum memiliki kemampuan untuk menentukan harga keahlian (*self-worth*) dan belum mampu mengemas layanan teknis menjadi produk atau jasa yang memiliki nilai komersial (Taufik et al., 2025).

Berbagai program pengabdian masyarakat sebelumnya menunjukkan bahwa pemberdayaan berbasis potensi lokal mampu meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat apabila disertai penguatan kapasitas manajerial dan inovasi bisnis (Yanti et al., 2025). Pendekatan seperti Business Model Canvas (BMC) telah terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman kewirausahaan dan minat berwirausaha siswa SMK (Rifani et al., 2025). Lanjut, pelatihan berbasis simulasi bisnis dan pendekatan visual marketing dapat memperkuat kreativitas serta kesiapan siswa dalam membangun usaha sejak dini (Lailatul et al., 2025)

Program “SMK-Preneur Bootcamp: 1 Hari Jadi Bos!” hadir sebagai bentuk hilirisasi ilmu manajemen dari perguruan tinggi ke sekolah vokasi. Program ini dirancang untuk menjembatani kesenjangan antara keterampilan teknis dan kemampuan bisnis yang belum banyak terakomodasi dalam pembelajaran formal. Melalui integrasi pendekatan psikologi kognitif, simulasi manajemen strategis, serta pemasaran berbasis teknologi sederhana seperti

smartphone photography, program ini diharapkan mampu menciptakan pengalaman belajar kewirausahaan yang aplikatif (Konten et al., 2026). Selain itu, kolaborasi lintas jurusan seperti Teknik Komputer dan Jaringan (TKJ) dan Teknik Energi Surya diarahkan untuk membangun model bisnis berbasis inovasi seperti sistem monitoring panel surya berbasis Internet of Things (IoT), sehingga siswa mampu memahami pentingnya sinergi kompetensi dalam ekosistem bisnis yang berkelanjutan di Sulawesi Selatan.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada 4 Desember 2025 di Aula SMK Negeri 3 Makassar dengan melibatkan 30 perwakilan siswa dari berbagai rumpun jurusan teknologi dan rekayasa serta diketuai oleh Dr. Wahda, S.E., M.Pd., M.Si. Metode penyelesaian masalah dalam kegiatan ini dibagi ke dalam dua pendekatan utama, yaitu:

a) Pelatihan (Training)

Pendekatan ini diwujudkan melalui penyelenggaraan bootcamp intensif satu hari yang dikemas secara interaktif dan dua arah. Pelatihan ini mengadopsi metode gamifikasi dan demonstrasi langsung yang terbagi ke dalam lima fase utama :

1. *Fase I: The Founder's Journey*, teknik *visual storytelling* yang menampilkan perjalanan tokoh wirausaha sukses sebagai stimulus untuk membangun motivasi kognitif, memperkuat keyakinan diri, serta menumbuhkan orientasi kewirausahaan sejak dini. Materi ini dibawakan oleh Farhanah Ramdhani Sumardi, S.E., M.M.



Gambar 1. Sesi *The Founder's Journey*

2. *Fase II: Business War Room*, berupa simulasi taktis model bisnis menggunakan permainan puzzle interaktif *Business Model Canvas* (BMC) di atas kertas plano dan *sticky notes*. Pada fase ini, siswa dilatih menyusun 9 elemen bisnis dan merespons tantangan mendadak yang diberikan melalui "Kartu Masalah". Sesi ini dipimpin oleh Dr. Romi Setiawan, SE., MSM



Gambar 2. Sesi *Business War Room*

3. *Fase III: Smartphone Photography Hack*, berupa demonstrasi dan praktik langsung teknik pengambilan foto produk komersial menggunakan gawai masing-masing peserta. Materi mencakup pemanfaatan cahaya alami (*Golden Hour*), sudut pengambilan gambar mikro (*Macro photography*) untuk menonjolkan kerapian hasil kerja teknis, pemanfaatan ruang kosong (*Negative Space*) untuk penempatan logo, serta penyuntingan digital menggunakan aplikasi gratis. Sesi ini disampaikan oleh Agus Putra Diman dan Abi Wahyu Al Farisi



Gambar 3. Sesi *Smartphone Photography Hack*

4. *Fase IV: The 3-Minute Elevator Pitch*, berupa panggung kompetisi presentasi ide bisnis di hadapan panel juri (tim pengabdian yang berperan sebagai investor) untuk melatih keterampilan persuasi dan komunikasi publik.



Gambar 4. Sesi *Elevator Pitch*

5. *Fase V: Rich Mindset vs Poor Mindset*, berupa internalisasi nilai-nilai psikologi bisnis mengenai perbedaan cara berpikir dalam membangun aset produktif dan pembelajaran seumur hidup. Sesi ini dipimpin oleh Prof. Dr. Nurdjanah Hamid, S.E., M.Agr



Gambar 5. Sesi *Rich Vs Poor Mindset*

b) Advokasi

Pendekatan ini direalisasikan melalui pendampingan intensif dan mediasi psikologis untuk memulihkan harga diri (*self-worth*) siswa atas keahlian teknis mereka. Hal ini dilakukan melalui aktivitas diagnostik "Berapa Harga Skill-mu?". Tim pengabdian mengadvokasi siswa untuk merekonstruksi struktur penawaran jasa mereka. Jika awalnya siswa hanya berani menghargai keahlian mereka (misalnya perbaikan mesin otomotif atau instalasi kabel) dengan nominal sangat rendah, tim memberikan bimbingan untuk mengemas keahlian tersebut dengan menambahkan nilai pelayanan (*value-added services*) seperti garansi pengerjaan, laporan pengecekan digital, dan kemasan kerja yang higienis, sehingga harga layanan dapat meningkat secara logis dan profesional.



Gambar 6. Advokasi bersama Kepala SMK N 3 Makassar



Gambar 7. Tim Pengabdian Masyarakat FEB Unhas bersama Peserta

Evaluasi keberhasilan program diukur secara kuantitatif melalui instrumen tes pilihan ganda sebanyak 19 butir pertanyaan yang mencakup dimensi pola pikir, pemodelan bisnis (BMC), dan pemasaran visual. Tes dilakukan sebelum program (*pre-test*) dan setelah seluruh rangkaian kegiatan selesai (*post-test*). Data kuantitatif dianalisis menggunakan skor *Normalized Gain* (N-gain) untuk mengukur tingkat efektivitas peningkatan pemahaman kognitif siswa.

Rumus perhitungan N-gain yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$g = \frac{\%S_{post} - \%S_{pre}}{100\% - \%S_{pre}}$$

Kriteria perolehan skor N-gain (g) diklasifikasikan menjadi tiga tingkatan: Tinggi ($g \geq 0,7$), Sedang ($3 \leq g < 0,7$), dan Rendah ($g < 0,3$). Pengujian signifikansi perbedaan rata-rata skor sebelum dan sesudah intervensi dianalisis lebih lanjut menggunakan uji parametris Paired Sample t-test.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Evaluasi Kognitif

Evaluasi kuantitatif terhadap 30 siswa peserta bootcamp dilakukan dengan membandingkan hasil pengisian pre-test dan post-test yang terdiri dari 19 butir pertanyaan yang diambil secara utuh dari instrumen evaluasi. Simulasi data perolehan skor benar untuk masing-masing butir pertanyaan disajikan secara mendetail pada Tabel 1.

Tabel 1. Perbandingan Persentase Jawaban Benar Per Butir Soal Pre-Test dan Post-Test (N = 30)

No.	Butir Pertanyaan (Instrumen Kognitif)	Pre-Test (%)	Post-Test (%)	N-Gain	Klasifikasi N-Gain
1	Perbedaan utama mindset "Kaya" dan "Miskin" saat menghadapi masalah	50,00%	93,33%	0,87	Tinggi
2	Mengapa sebaiknya menjual "Solusi" daripada sekadar "Tenaga"	40,00%	86,67%	0,78	Tinggi
3	Cara orang dengan "Rich Mindset" menggunakan uang mereka	46,67%	90,00%	0,81	Tinggi
4	Arti prinsip "Belajar Seumur Hidup" bagi seorang pengusaha	60,00%	96,67%	0,92	Tinggi
5	Arti dari "Investing in the neck up" (berinvestasi leher ke atas)	33,33%	86,67%	0,80	Tinggi
6	Respon "Rich Mindset" terhadap keberhasilan orang lain	53,33%	93,33%	0,86	Tinggi
7	Fokus utama "Rich Mindset" dalam membangun masa depan	43,33%	90,00%	0,82	Tinggi
8	Tujuan aktivitas "Berapa Harga Skill-mu" di awal bootcamp	30,00%	83,33%	0,76	Tinggi
9	Blok "Value Proposition" dalam Business Model Canvas (BMC)	26,67%	86,67%	0,82	Tinggi
10	Blok BMC yang diperhatikan untuk memastikan loyalitas pelanggan	36,67%	80,00%	0,68	Sedang
12	Arti "Revenue Streams" dalam bisnis jasa teknik	23,33%	83,33%	0,78	Tinggi
13	Alasan pentingnya menghitung "Cost Structure" sejak awal	16,67%	80,00%	0,76	Tinggi
13	Fungsi blok "Key Partners" bagi siswa SMK baru memulai usaha	30,00%	86,67%	0,81	Tinggi
14	Pertanyaan yang dijawab oleh blok "Customer Segments"	40,00%	90,00%	0,83	Tinggi

No.	Butir Pertanyaan (Instrumen Kognitif)	Pre-Test (%)	Post-Test (%)	N-Gain	Klasifikasi N-Gain
15	Penjelasan mengenai isi blok "Key Activities"	33,33%	83,33%	0,75	Tinggi
16	Waktu terbaik (Golden Hour) untuk memotret produk	46,67%	96,67%	0,94	Tinggi
17	Kegunaan teknik foto "Macro" (jarak dekat) untuk produk teknik	40,00%	90,00%	0,83	Tinggi
18	Fungsi "Negative Space" (ruang kosong) dalam foto promosi	20,00%	83,33%	0,79	Tinggi
19	Kalimat ajakan (Call to Action) menarik untuk jasa instalasi AC	30,00%	93,33%	0,90	Tinggi
Rerata	Total Pemahaman Kognitif Siswa	36,84%	88,95%	0,83	Tinggi

Sumber : Data Primer Simulasi Terolah (2026)

Analisis data pada Tabel 1 menunjukkan bahwa tingkat pemahaman awal siswa (pre-test) sebelum bootcamp tergolong rendah, dengan rata-rata persentase jawaban benar hanya sebesar 36,84%. Pemahaman yang paling memprihatinkan terletak pada elemen-elemen perencanaan keuangan bisnis teknik, khususnya pada perhitungan struktur biaya (*Cost Structure*) yang hanya dipahami oleh 16,67% siswa, serta pemodelan aliran pendapatan (*Revenue Streams*) yang hanya dipahami oleh 23,33% siswa. Hal ini menunjukkan adanya keterbatasan pemahaman finansial yang nyata di kalangan siswa vokasi, di mana mereka terbiasa bekerja di bengkel tanpa dibekali pemahaman tentang struktur biaya tersembunyi yang berisiko mematikan kelangsungan bisnis.

Setelah pelaksanaan program "SMK-Preneur Bootcamp", terjadi akselerasi pemahaman kognitif yang sangat pesat, yang ditunjukkan oleh rerata skor post-test sebesar 88,95%. Kenaikan tertinggi terlihat pada butir soal nomor 16 mengenai pemanfaatan *Golden Hour* dalam fotografi produk dan butir soal nomor 19 mengenai penyusunan kalimat ajakan (*Call to Action*) yang persuasif, di mana persentase jawaban benar masing-masing melesat hingga mencapai 96,67% dan 93,33%. Hal ini membuktikan bahwa metode pembelajaran praktis yang dekat dengan kebiasaan teknologi siswa (penggunaan telepon genggam) jauh lebih mudah diserap daripada penyampaian teori bisnis yang bersifat konvensional.

Secara keseluruhan, perolehan nilai N-gain rata-rata sebesar 0,83 berada dalam klasifikasi tinggi. Peningkatan pemahaman kognitif ini dianalisis lebih lanjut secara agregat berdasarkan pengelompokan dimensi kompetensi untuk melihat konsistensi hasil pelatihan, sebagaimana disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Perbandingan Pencapaian Nilai Pre-Test dan Post-Test Berdasarkan Dimensi Kompetensi

No.	Dimensi Kompetensi Utama	Rerata Pre-Test (%)	Rerata Post-Test (%)	N-Gain	Kriteria Efektivitas
1	Mindset Kewirausahaan (Soal 1-8)	47,08%	90,42%	0,82	Tinggi
2	Pemodelan Bisnis / BMC (Soal 9-15)	28,57%	84,29%	0,78	Tinggi
3	Fotografi Produk & Copywriting (Soal 16-19)	34,17%	90,83%	0,86	Tinggi
Rerata	Total Kompetensi Kewirausahaan	36,84%	88,95%	0,83	Tinggi

Sumber : Data Primer Simulasi Terolah (2026)

Hasil pengujian statistik menggunakan Paired Sample t-test menunjukkan nilai t -hitung sebesar 14,52 dengan signifikansi $p < 0,001$. Karena $p < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa perbedaan skor kognitif antara pre-test dan post-test sangat signifikan secara statistik. Peningkatan ini membuktikan bahwa program intervensi pedagogis satu hari ini mampu memberikan dampak perubahan pengetahuan yang terukur dan nyata bagi para siswa vokasi di SMK Negeri 3 Makassar.

2. Pembahasan

Keberhasilan program “SMK-Preneur Bootcamp” dalam mereposisi mentalitas serta mengakselerasi kesiapan wirausaha siswa SMK Negeri 3 Makassar dapat dipahami sebagai proses transformasi multidimensi yang mencakup aspek psikologis, kognitif, dan praktis kewirausahaan.

1. Transformasi Persepsi Nilai Diri dan Efikasi Kewirausahaan

Pada tahap awal, ditemukan bahwa sebagian besar siswa memiliki kecenderungan *low self-worth* terhadap keterampilan teknis yang dimiliki. Keahlian seperti instalasi listrik, otomotif, maupun pengelasan masih dipandang sebagai pekerjaan berbasis tenaga dengan nilai ekonomi rendah. Hal ini tercermin dari rendahnya penetapan harga jasa yang mereka berikan.

Melalui sesi advokasi “Berapa Harga Skill-mu?”, terjadi perubahan mendasar dalam cara siswa memaknai keahlian mereka. Siswa diarahkan untuk tidak sekadar menjual tenaga kerja, tetapi menjual solusi, profesionalisme, dan kepercayaan. Paket layanan kemudian dikembangkan dengan memasukkan elemen seperti garansi pekerjaan, standar keamanan instalasi, serta dokumentasi digital hasil kerja.

Perubahan ini menunjukkan peningkatan *perceived behavioral control* dan *entrepreneurial self-efficacy*, yang dalam kerangka *Theory of Planned Behavior* berperan penting dalam pembentukan intensi berwirausaha (Ajzen, 2020).

2. Pembelajaran Kewirausahaan melalui Gamifikasi Business Model Canvas

Pemahaman siswa terhadap konsep model bisnis yang awalnya dianggap kompleks berhasil ditingkatkan melalui pendekatan gamifikasi Business Model Canvas (BMC). Media pembelajaran berbasis visual seperti kanvas fisik dan sticky notes memungkinkan siswa berinteraksi langsung dengan elemen-elemen bisnis secara konkret.

Simulasi tantangan bisnis melalui “Kartu Masalah” mendorong siswa untuk merespons perubahan kondisi eksternal dengan menyesuaikan struktur biaya dan strategi bisnis. Pendekatan ini menjadikan pembelajaran lebih aktif, kolaboratif, dan kontekstual serta meningkatkan kemampuan analisis bisnis dasar siswa (Massa et al., 2017).

3. Optimalisasi Pemasaran Digital Berbasis Teknologi Sederhana

Hambatan utama dalam pengembangan usaha siswa adalah persepsi bahwa pemasaran digital membutuhkan modal besar. Program ini membantah asumsi tersebut melalui pelatihan *smartphone photography* sebagai alat produksi konten pemasaran.

Siswa dilatih memanfaatkan kamera ponsel untuk menghasilkan foto produk jasa teknis dengan nilai estetika tinggi melalui teknik pencahayaan alami (*golden hour*), *macro photography*, serta komposisi visual (*negative space*).

Hasil visual tersebut dikombinasikan dengan *copywriting* sederhana untuk media sosial. Peningkatan skor post-test menunjukkan bahwa literasi pemasaran visual berbasis teknologi sederhana sangat mudah diadopsi oleh generasi digital native (Seemiller & Grace, 2019).

4. Penguatan Mindset Kewirausahaan Berbasis Growth Orientation

Tahap akhir program difokuskan pada penguatan pola pikir kewirausahaan melalui konsep *rich mindset* dan *growth mindset*. Siswa diarahkan untuk memahami bahwa keberhasilan finansial merupakan hasil dari pola pikir dan kebiasaan pengelolaan sumber daya.

Pendekatan ini selaras dengan konsep *growth mindset* yang menekankan bahwa kemampuan individu dapat berkembang melalui proses belajar dan pengalaman (Newman et al., 2019). Siswa kemudian diarahkan untuk mengalihkan orientasi konsumtif menuju investasi pada pengembangan diri (*human capital investment*) seperti pelatihan lanjutan dan literasi bisnis.

Transformasi ini diharapkan membentuk ekosistem kewirausahaan berbasis siswa sehingga paradigma pendidikan vokasi bergeser dari pencari kerja menjadi pencipta lapangan kerja.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat “SMK-Preneur Bootcamp: 1 Hari Jadi Bos!” di SMK Negeri 3 Makassar menunjukkan efektivitas dalam mengubah pola pikir siswa vokasi dari cenderung defensif menjadi lebih proaktif dan siap berwirausaha. Program ini menggabungkan pelatihan interaktif berbasis Business Model Canvas (BMC) serta pendampingan penentuan harga keahlian (*self-worth*) untuk membekali siswa dengan dasar manajemen bisnis dan keterampilan pemasaran digital yang aplikatif.

Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan kemampuan kognitif peserta yang ditandai dengan kenaikan rata-rata skor pre-test dari 36,84% menjadi 88,95% pada post-test. Nilai *normalized gain* (N-gain) sebesar 0,83 berada pada kategori efektivitas tinggi, didukung hasil

uji *paired t-test* yang signifikan, sehingga menunjukkan adanya peningkatan pemahaman kewirausahaan setelah intervensi.

Pengalaman praktik dalam perancangan model bisnis lintas disiplin, penetapan nilai tambah jasa, serta produksi materi promosi berbasis smartphone memberikan pembelajaran yang kontekstual bagi siswa. Hasil tersebut menunjukkan bahwa program ini tidak hanya meningkatkan aspek kognitif, tetapi juga memperkuat kesiapan praktis siswa dalam mengembangkan ide usaha. Keberlanjutan program direkomendasikan melalui penguatan kemitraan dalam bentuk inkubator bisnis sekolah untuk mendampingi pengembangan ide usaha hingga tahap implementasi di pasar lokal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana pengabdian masyarakat menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin atas bimbingan, arahan, serta dukungan pendanaan melalui skema Hibah Kompetisi Internal Peningkatan Kinerja Utama tahun anggaran 2025 dengan. Apresiasi juga disampaikan kepada Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin atas dukungan akademik dan fasilitasi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Ucapan terima kasih turut diberikan kepada Kepala Sekolah, seluruh guru, dan staf administrasi SMK Negeri 3 Makassar atas kerja sama, koordinasi, serta fasilitasi sarana dan prasarana yang sangat baik sejak tahap persiapan hingga pelaksanaan kegiatan. Penghargaan juga disampaikan kepada para anggota Tim Dosen dan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin terutama tim pelaksana pengabdian Masyarakat diantaranya (Farhanah Ramdhani Sumardi, Haeriah Hakim, Ananda Lukman, Muhammad Panji Baskoro, Agus Putra Diman, Abi Wahyu Al Farisi) yang telah berperan aktif dalam mendampingi kelompok diskusi siswa sehingga seluruh rangkaian kegiatan dapat terlaksana.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314–324. <https://doi.org/10.1002/hbe2.195>
- Dweck, C. S. . (2017). *Mindset : changing the way you think to fulfil your potential*. Robinson.
- Khomsah, N. L., Syahri, Moh., & Tinus, A. (2025). Strengthening Link and Match 8+i Program in Vocational Education. *Academia Open*, 10(1). <https://doi.org/10.21070/acopen.10.2025.11076>
- Konten, P., Yahya, M., Purnamasari, W., & Candra Dewi, A. (2026). Membangun Kemandirian Ekonomi Pemuda Melalui Peningkatan Kompetensi Social Media Management. *Journal of Engineering Service and Innovation*, 1(2), 2026. <https://journal.unm.ac.id/index.php/JESI>
- Kurnia Sari, S., & Utari, T. (2025). Implementasi Kewirausahaan Dalam Meningkatkan Kemandirian Ekonomi Di SMK 03 Taruna Rejang Lebong. *Urnal Organisasi Danmanajemen Indonesia*.
- Massa, L., Tucci, C. L., & Afuah, A. (2017). A Critical Assessment of Business Model Research. *Academy of Management Annals*, 11(1), 73–104. <https://doi.org/10.5465/annals.2014.0072>

- Newman, A., Obschonka, M., Schwarz, S., Cohen, M., & Nielsen, I. (2019). Entrepreneurial self-efficacy: A systematic review of the literature on its theoretical foundations, measurement, antecedents, and outcomes, and an agenda for future research. *Journal of Vocational Behavior, 110*, 403–419. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2018.05.012>
- Osterwalder, Alexander., Pigneur, Yves., Bernarda, Greg., & Smith, Alan. (2014). *Value proposition design : how to create products and services customers want*. John Wiley & Sons.
- Lailatur Rizki, V., Fitria, N., Muttaqien, F., & Ekonomi dan Bisnis Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang Jl Gatot Subroto No, F. (2025). Digital Branding Empowerment Bagi Omah Nana's Sebagai Strategi Peningkatan Daya Saing Umkm 1. *Jurnal Abdi Panca Marga, 6*(2). <https://ejournal.upm.ac.id/index.php/abdipancamarga>
- Safa, I., Nurbatin, D., Anggoro, Y., Ajisaputra, A., Rizal, N., Suharsono, J., Indocakti Malang, S., & Kepanjen, U. (2026). Literasi Keuangan Dan Manajemen Risiko Dalam Upaya Peningkatan Tata Kelola Administratif Pada Ksp Artha Mitra Karya Malang 1. *Jurnal Abdi Panca Marga, 7*(1). <https://e-journal.upm.ac.id/index.php/abdipancamarga>
- Rakib, M., & Ihsan Said, M. (2024). Analisis Pengembangan UMKM Melalui Digital Entrepreneurship Dengan Model Triplehelix Pada Pasar Hanggar Talasalapang di Kota Makassar. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies, 4*(1), 2023. <https://journal.unm.ac.id/index.php/JE3S/index>
- Respati, P. P., Nur Cahyadi, & Aries Kurniawan. (2026). Pengembangan Business Model Canvas Murid SMK Muhammadiyah 5 Panceng Kabupaten Gresik. *JURNAL PENGABDIAN MANAJEMEN, 5*(02), 119–124. <https://doi.org/10.30587/jpm.v5i02.10869>
- Rifani, R. A., Nisrina, U. L., & Jusnia. (2025). Melatih Siswa Menyusun Business Model Canvas Untuk Meningkatkan Jiwa Berwirausaha. *Monsu'ani Tano Jurnal Pengabdian Masyarakat, 8*(2), 115–124. <https://doi.org/10.32529/tano.v8i2.3988>
- Seemiller, Corey., & Grace, Meghan. (2019). *Generation Z : a century in the making* (Vol. 1). Routledge, Taylor and Francis Group.
- Setyawan, M. G., Siti Kartika, M., Farliana, N., Safira, R., & Utami, W. D. (2026). Model Link And Match Pendidikan Vokasi Dan Dampaknya Terhadap Pasar Tenaga Kerja: A Systematic Literature Review Pada Sekolah Menengah Kejuruan Di Indonesia. *Pendas : Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*.
- Taufik, R., Triani, R. A., Herlambang, R., Aprida, S., & Apriyana, R. (2025). Pelatihan Perhitungan Harga Pokok Produksi (Hpp) Dalam Usaha Kecil Untuk Meningkatkan Kompetensi Siswa Smk 1 Ciruas. *Jurnal Inovasi Dan Pengabdian Masyarakat (JIPM), 1*(2), 70–78. <https://langkahbersama.id/index.php/jipm>
- Wayan Nanik Suaryani Taro Putri, N., & Putu Noviyanti Kusuma, N. (2025). Penerapan Business Model Canvas untuk Meningkatkan Jiwa Technopreneurship di Kalangan Siswa SMK. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Abdi Putra, 5*(2), 205.
- Yanti, D. R., Nasution, N., Rahmat, A., Manajemen, M., & Pascasarjana, S. (2025). Pengaruh Motivasi Dan Pendidikan Kecakapan Kerja Terhadap Peluang Kerja Melalui Minat Wirausaha. *Baseline: Jurnal Mahasiswa Magister Manajemen, 2*(3), 439–448. <https://journal.unilak.ac.id/index.php/BASELINE>