

Pengembangan Instrumen Penilaian Pemahaman Konsep Business Model Canvas pada Mata Kuliah Kewirausahaan

Yayuk Chayatun Machsunah^{1*}, Ratna Nurdiana², Sutarum³

^{1,2,3}Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, Indonesia

e-mail: yayukchayatunmachsunah@gmail.com*

Abstract : Business Model Canvas (BMC) is a business model that must be mastered by students in entrepreneurship courses as an initial provision to plunge into the world of entrepreneurship. This research will produce an assessment instrument to measure students' conceptual understanding in BMC material which consists of 9 assessment aspects, namely Customer Segment, Value proposition, Customer Relationship, Channel, Revenue Stream, Key Resource, Key activities, Key Partnership, and Cost Structure. The assessment instrument was developed using the ADDIE model (Analysis, Design, Development, Implementation and Evaluations). Content validity was carried out by an expert validator and a value of 93.75% was obtained, which means it is very valid. While the results of statistical analysis obtained a correlation value of more than 0.30. This means that all aspects of the assessment are declared valid. The Cronbach's Alpha reliability value was obtained at 0.886, meaning that the instrument has very strong abilities in research measurement tools, so it can be concluded that the BMC conceptual understanding assessment instrument is valid and feasible to use in business model material for entrepreneurship courses.

Keywords: *Assessment's Instrument, Business Model Canvas Understanding, ADDIE Model*

Abstrak : Business Model Canvas (BMC) adalah *business model* yang harus dikuasai mahasiswa dalam mata kuliah kewirausahaan sebagai bekal awal terjun dalam dunia wirausaha. Penelitian ini akan menghasilkan instrumen penilaian guna mengukur pemahaman konseptual mahasiswa dalam materi BMC yang terdiri dari 9 aspek penilaian yaitu *Customers Segment, Value proposition, Customer Relationship, Channel, Revenue Stream, Key Resource, Key aktivitas, Key Partnership, dan Cost Structure*. Instrumen penilaian dikembangkan menggunakan model ADDIE (*Analysis, Design, Development, Implementation and Evaluations*). Validitas konten dilakukan oleh validator ahli dan diperoleh nilai sebesar 93,75% yang artinya sangat valid. Sedangkan hasil analisis statistik diperoleh nilai korelasi lebih dari 0,30. Ini berarti seluruh aspek penilaian tersebut dinyatakan valid. Nilai reliabilitas *Cronbach's Alpha* diperoleh sebesar 0,886 artinya instrumen memiliki kemampuan sangat kuat dalam alat ukur penelitian, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen penilaian pemahaman konseptual BMC valid dan layak untuk digunakan pada materi *business model* mata kuliah kewirausahaan.

Kata Kunci: *Assessment's Instrument, Business Model Canvas Understanding, ADDIE Model*

Copyright (c) 2023 The Authors. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)

PENDAHULUAN

Saat ini, pengetahuan tentang kewirausahaan di Perguruan Tinggi diharapkan dapat mendukung pengembangan berwirausaha terutama bagi mahasiswa, karena hanya satu cara mengembangkan potensi kewirausahaan yaitu melalui pendidikan. (Elina, 2015). Berdasarkan penelitian bahwa minat berwirausaha mahasiswa meningkat secara

signifikan pada akhir pembelajaran mata kuliah kewirausahaan melalui pembelajaran yang berdasarkan pengalaman.(Roy et al., 2019). Dalam memulai berwirausaha awal, tidak hanya cukup berbekal pengalaman,minat, ide, produk yang bagus serta modal finansial, tetapi diperlukan juga perencanaan *business model* yang tepat dan sistematis. Dari beberapa penelitian mengatakan bahwa *business model* merupakan kompetensi kewirausahaan untuk menciptakan nilai yang berkelanjutan (Mishra, 2015), dan pengembangan *business model* untuk pengusaha awal adalah faktor yang paling efektif dalam berwirausaha (Zarefard & Cho, 2017). Dan memahami pentingnya *business model* merupakan hal mendasar bagi setiap pengusaha.(Almeida, 2018)

Salah satu *business model* adalah Business Model Canvas (BMC). BMC pertama kali diperkenalkan oleh Alexander Osterwalder dalam bukunya berjudul *Business Model Generation*. BMC adalah metode baru dalam merumuskan *business model* yang lebih sederhana dibandingkan membuat rencana bisnis biasa (Osterwalder. A, 2015). BMC adalah alat untuk mengeksplorasi inovasi model bisnis (Joyce, Alexandre, Paquin, 2016). BMC dapat mendukung identifikasi peluang bisnis. (Fust et al., 2017) serta BMC digunakan sebagai kerangka kerja untuk membantu pengusaha dalam berkomunikasi dan menyusun informasi yang diinginkan oleh para investor.(Sort Jesper. C, 2018). Untuk itu BMC sangat tepat disampaikan dalam mata kuliah kewirausahaan. (Jackson & Scott, 2015) dikarenakan BMC mampu menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai dalam pembelajaran kewirausahaan (Gaus & Raith, 2016). Dari paparan tersebut kiranya sangat penting ketika materi akhir pada mata kuliah kewirausahaan adalah mahasiswa mampu memahami konseptual BMC untuk bekal awal dalam memulai berwirausaha.

Business Model Canvas (BMC) terdiri dari 9 blok area aktivitas bisnis, yang bertujuan untuk memetakan strategi guna membangun bisnis yang kuat yang terdiri dari 9 blok yaitu: 1) *Customers Segment* atau segmen pelanggan adalah pihak yang menggunakan jasa / produk dari suatu organisasi dan mereka berkontribusi dalam memberikan penghasilan bagi organisasi, 2) *Value Proposition* merupakan suatu keunikan yang menentukan mengapa produk atau jasa tersebut pantas dipilih oleh pelanggan, 3) *Channels* merupakan sarana untuk menyampaikan value proposition kepada customers segment yang dilayani, 4) *Revenue Stream* adalah aliran dana masuk yang menggambarkan bagaimana organisasi memperoleh uang dari setiap customer

segment, 5) *Customers Relationship* komponen ini adalah suatu cara tentang bagaimana sebuah organisasi menjaga hubungan dengan pelanggannya, 6) *Key Activities*, komponen ini adalah kegiatan utama organisasi untuk menciptakan *value proposition*. 7) *Key Resources*, merupakan sumber daya milik usaha yang digunakan untuk mewujudkan *value proposition*, 8) *Key Partnership*, kemitraan kunci merupakan mitra kerja sama pengoperasian organisasi, 9) *Cost structure*, merupakan komposisi biaya yang digunakan untuk mengoperasikan organisasi guna mewujudkan *value proposition* yang akan diberikan kepada pelanggan (Osterwalder, 2013).

Dalam setiap proses pendidikan selalu ada tujuan pembelajaran yang dicapai. Dan yang diharapkan dalam mata kuliah kewirausahaan salah satunya adalah *assesment* tentang pemahaman konseptual BMC pada mahasiswa. Adapun pemahaman konseptual dicirikan ketika seseorang dapat mengartikulasikan sesuatu melalui cara mengemukakan gagasan, perspektif, solusi dan produk mereka yang siap direnungkan, ditinjau, dikritik dan digunakan oleh orang lain (Dunlop, JC, 1996). Sedangkan konsep adalah satuan sistem yang mewakili sejumlah objek yang mempunyai ciri-ciri yang sama (Winkel.WS, 2000). Dan pemahaman konseptual dalam suatu pembelajaran merupakan hal yang harus dikuasai oleh peserta didik.(Fatma Sukmawati, Setyosari Pujani, Sulton, 2019)

Sangat penting bagi seorang pendidik untuk mengevaluasi belajar peserta didik dengan memberikan umpan balik dari proses pembelajaran yang dilakukan (Miller, M. D., Linn, R. L., & Gronlund, 2012). Umpan balik ini salah satunya adalah penilaian kinerja atau *assesment* peserta didik, karena *assesment* adalah bentuk yang memungkinkan peserta didik untuk menunjukkan serangkaian keterampilan atau perilaku, produk, dan konteks tertentu (R.J. Stiggins, 1994). Dan selanjutnya memilih serta menggunakan *assesment* yang tepat untuk mengevaluasi, karena hasil merupakan aspek penting dari sebuah proses pembelajaran (Fioravanti et al., 2012). Karena dari setiap pembelajaran diharapkan untuk menghasilkan produk yang dicapai melalui latihan secara terus menerus (Yurtbaşı, 2016).

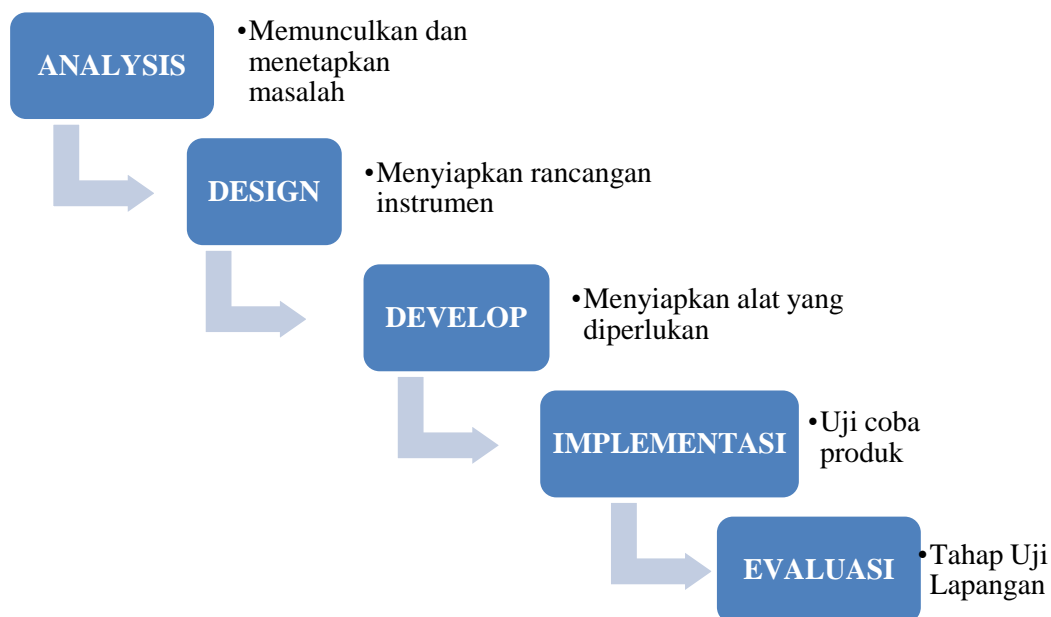
Dari paparan diatas sangat dibutuhkan *assesment* yang berkualitas dari berbagai aspek tentang BMC sehingga mampu mengukur ketercapaian yang dikuasai oleh mahasiswa. Untuk itu tujuan penelitian ini adalah untuk pengembangan instrument penilaian pemahaman konsep pada materi Business Model Canvas pada mata kuliah

kewirausahaan yang disampaikan di tingkat Perguruan Tinggi, sehingga hasil akhir dari mata kuliah ini dapat terukur ketercapaiannya. Karena selama ini materi Business Model Canvas hanya diterapkan dan disusun untuk merancang pengaturan organisasi perusahaan sosial (Sparviero, 2019).

METODE

Dalam penelitian ini, untuk memperoleh *assesment* pemahaman konseptual BMC dibuat oleh peneliti dengan desain pengembangan model ADDIE. ADDIE adalah : *development model consisting of Analysis, Design, Development, Implementation, and Evaluation* (Jones, 2014).

Pemilihan model pengembangan ini didasari atas pertimbangan bahwa model pengembangan ADDIE merupakan model desain pembelajaran yang berlandaskan pada pendekatan sistem yang efektif dan efisien. Hasil evaluasi setiap fase dapat membawa pengembangan pembelajaran ke fase selanjutnya. Hasil akhir dari suatu fase merupakan produk awal bagi fase berikutnya. Adapun tahapan pada model pengembangan ADDIE pada *assesment* BMC adalah sebagai berikut :



Gambar 1. Pengembangan model ADDIE

Pada tahap analisis, yang dilakukan adalah memunculkan dan menetapkan masalah dasar yang dihadapi dosen pengampu mata kuliah kewirausahaan khususnya pada akhir mata kuliah kewirausahaan tentang materi penyusunan *business model*. Analisis yang dilakukan untuk melihat dan menelaah karakteristik mahasiswa berdasarkan kebutuhan dan

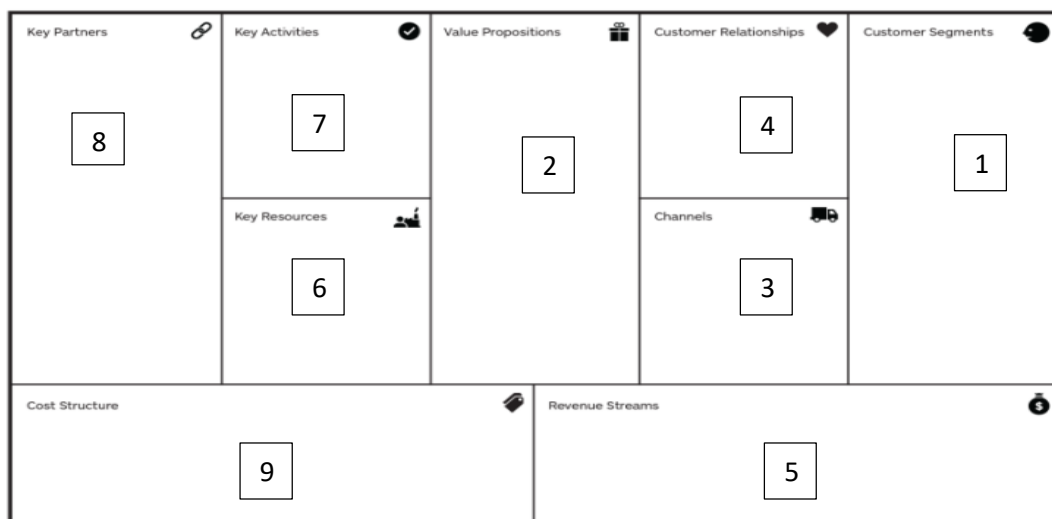
perkembangannya sebagai titik acuan untuk membuat rancangan pengembangan *assesment* pemahaman konseptual BMC. Analisis ini menjamin secara menyeluruh aspek keterampilan yang dikembangkan termasuk analisis tugas yang dilakukan dan yang akan dikembangkan dalam pembuatan assesmen pemahaman konseptual BMC yang meliputi tugas mahasiswa terhadap penyusunan 9 aspek BMC.

Tahap *design*, yaitu untuk menyiapkan rancangan instrumen *assesmen* pemahaman konseptual BMC pada mata kuliah kewirausahaan. Tahap ini terdiri atas empat langkah yaitu: penyusunan kisi-kisi instrument; penentuan skala instrument, pembuatan kriteria penilaian atau rubrik, dan perancangan asesmen pemahaman konseptual BMC. Tahap ini adalah untuk menghasilkan instrumen asesmen pemahaman konseptual BMC yang sudah direvisi berdasarkan masukan dari ahli dan uji lapangan serta validasi pakar. Langkah penerapan asesmen pemahaman konseptual BMC dalam mata kuliah kewirausahaan dirancang serta dikemas sedemikian rupa sesuai dengan peran dan fungsinya agar dapat diterapkan

Tahap *Development*, hal yang harus dilakukan adalah menyiapkan alat-alat yang diperlukan selama proses perkuliahan seperti materi, tugas yang akan diberikan serta instrumen penilaian yang akan digunakan yaitu asesmen pemahaman konseptual BMC dan berkoordinasi dengan dosen pengampu mata kuliah kewirausahaan sehingga terjadi kolaborasi yang baik antara pengembang / peneliti dan dosen pengampu mata kuliah.

Implementasi, program berjalan sesuai dengan yang telah direncanakan, dan secara lebih spesifik akan dijabarkan pada uji coba produk. Tahap evaluasi dilakukan untuk mengevaluasi proses pengembangan produk dari analisis hingga produk diimplementasikan. Adapun tahapan yang dilakukan sebagai berikut : Menghubungi para ahli entepreneur, memberikan Instrumen penilaian kepada para ahli entepreneur untuk di validasi dan langkah selanjutnya analisis hasil penilaian para ahli dan Pelaksanaan uji coba lapangan.

Evaluasi, tahap uji lapangan dilakukan kepada mahasiswa yang telah menempuh mata kuliah kewirausahaan dengan mengisi lembar 9 apek BMC sesuai dengan jenis usaha yang akan ditekuni sebagai berikut :



Gambar 2. Lembar 9 blok area aktivitas bisnis *Business Model Canvas*

Adapun perancangan (design) instrumen penilaian dalam mengukur pemahaman konseptual BMC yang terdiri dari 9 blok area aktivitas bisnis BMC yang dikembangkan dengan model pengembangan ADDIE dan telah divalidasi oleh ahli assesmen penilaian :

Tabel 1. *Assessment Instrument of BMC Concept Understanding*

No	Aspect of Assessment	Description	Score
1	<i>Customer Segments</i>	Determining the segmentation or target of selling products completely and precisely starting from age, social status, and income	3
		Determining the segmentation or target of product sales completely, but not precisely, starting from age, social status, and income	2
		Unable to determine the segmentation or target from product sales	1
2	<i>Value Propositions</i>	Determining where the customer can get the product so that the value offered will be acceptable to consumers completely but not detailed	3
		Unable to determine where the customer can get the product	2
		Determining where the customer can get the product so that the value offered will be acceptable to consumers completely but not detailed	1
3	<i>Channel</i>	Determining where the customer can get the product so that the value offered will be accepted by consumers completely and in detail	3
		Determining where the customer can get the product so that the value offered will be acceptable to consumers completely but not detailed	2
		Unable to determine where the customer can get the product	1
4	<i>Customer Relationship</i>	Determining how to establish relationships with consumers, and they know completely about the affordable products	3

		Determining how to establish relationships with consumers and they know completely about the unaffordable products	2
		Unable to determine how to establish relationships with consumers	1
5	<i>Revenue Stream</i>	Being able to determine where the sources of income that can be obtained and paid by consumers from the various innovative products offered	3
		Being able to determine where the sources of income that can be obtained and paid by consumers but there is no innovation	2
		Unable to determine the source of revenue	1
6	<i>Key Resource</i>	Determining the resources needed to carry out business physically, intellectually, humanly, and financially in a complete way	3
		Determining the resources needed to carry out business physically, intellectually, humanly, and financially but not in a complete way	2
		Unable to determine the resources needed	1
7	<i>Key activities</i>	Determining the key activities that can be done, so that the realization of the values possessed by the products produced, consisting of production, problem-solving and platforms/networks in detail	3
		Determining the key activities that can be done, so that the realization of the values possessed by the products produced, consisting of production, problem-solving and platforms/networks are less detailed to inhibit the production	2
		Unable to determine key activities that can be done	1
8	<i>Key Partnership</i>	Determining partners or other parties that support the running of a complete business consisting of noncompetitors, partnerships, suppliers and joint ventures	3
		Determining partners or other parties that support the operation of the business but are incomplete both in non-competitors, partnerships, suppliers and joint ventures	2
		Unable to determine partners or other parties that support the operation of the business	1
9	<i>Cost Structure</i>	Determining the costs incurred to carry out all ongoing business activities, both driven by costs and driven by value so that production can be maximally complete	3
		Determining the costs incurred to carry out all business activities that take place, but are not complete either driven by costs or driven by value so that production cannot be maximized	2
		Unable to determine the costs incurred to carry out all ongoing business activities	1

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Suatu Instrument dikatakan valid jika memiliki kemampuan mengukur subjek penelitian secara tepat dan cermat. Sedangkan instrument dikatakan reliable jika memiliki konsistensi hasil pengukurannya serta relative tidak berubah walaupun diuji cobakan pada situasi dan waktu yang berbeda (Setyosari, 2013). Untuk itu dalam Instrument penelitian ini dilakukan validitas konten, serta menghitung derajat validitas dan reabilitas.

a. Validitas Instrument Tes Pemahaman Konseptual BMC

Assesment pembelajaran dapat dianggap valid apabila telah memenuhi kriteria yang telah diberikan oleh ahli assesment pembelajaran. Data perolehan skor dalam assesment pembelajaran akan menjadi data yang akan dikembangkan pada penelitian. Adapun data yang telah dikumpulkan dibagi menjadi dua yaitu data kuantitatif dan data kualitatif. Data kualitatif berasal dari saran yang diberikan oleh ahli assesment pembelajaran yang akan dianalisis secara deskriptif. Sedangkan data kuantitatif dianalisis berdasarkan presentase dengan menggunakan rumus :

$$V = \sum \frac{\text{Skor Perolehan}}{N} \times 100, \quad \text{dimana :} \quad V : \text{validitas}$$

\sum : jumlah skor validator
 N : skor maksimal

Dimana kriteria penilaian validitas sebagai berikut :

Tabel 2. Kriteria penilaian validitas

Kriteria Penilaian	kategori
81% - 100%	Sangat valid
61% - 80%	Valid
41% - 60%	Cukup valid
21% - 40%	Kurang valid
0% - 20%	Tidak valid

(Sugiono, 2017)

Adapun hasil skor validasi yang di dapat dari ahli assesmen penilaian pada pemahaman konseptual BMC sebagai berikut :

Tabel 3. Validitas ahli

Subjek	Skor		Prosentase
	Perolehan skor	Skor maksimal	
Validasi ahli instrumen	45	48	93,75%

Sumber : Data primer diolah

Dari pengolahan data didapatkan perolehan skor 45 dari skor maksimal 48. Dari hitungan prosentase didapatkan nilai 93,75%, yang berarti dari kriteria penilaian assesmen BMC dari ahli dinyatakan sangat valid

b. Derajat Reabilitas dan Validitas Instrument Tes Pemahaman Konsep BMC

Pengukuran ini dilakukan untuk mengetahui derajat reabilitas dan validitas instrument pemahaman konsep BMC. Untuk menguji reabilitas dan validitas instrument tes pemahaman konsep BMC telah dilakukan kepada mahasiswa semester 7 Universitas Islam Darul Ulum Lamongan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan yang telah menempuh mata kuliah kewirausahaan pada semester 5 sebelumnya sebanyak 30 orang mahasiswa

Uji reabilitas dan validitas telah dianalisis dengan bantuan SPSS 22. Hasil analisis data uji reabilitas instrument pemahaman konseptual BMC ditunjukkan pada table 4 berikut :

Tabel 4. Ouput Uji Reabilitas Tes Pemahaman Konsep BMC

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha Based on		
Cronbach's Alpha	Standardized Items	N of Items
.886	.889	9

Teknik analisis data untuk reabilitas instrument menggunakan pendekatan *Cronbach's Alpha*. Interpretasi kehandalan instrument berdasarkan besarnya nilai *Cronbach's Alpha* yaitu antara 0,80 sampai 1,00 = sangat kuat, antara 0,60 sampai 0,80 = kuat, antara 0,40 sampai 0,60 = cukup kuat, antara 0,20 sampai 0,40 = rendah dan antara 0,00 sampai 0,20 = sangat rendah (Setyosari, 2016).

Berdasarkan hasil uji reabilitas terhadap 9 aspek pemahaman konsep BMC diketahui nilai *Cronbach's Alpha* dengan taraf signifikan 0,05 sebesar 0,886. Nilai tersebut menunjukkan bahwa instrument memiliki kemampuan sangat kuat dalam menjadi alat ukur penelitian.

Tahap selanjutnya adalah uji validitas instrument, teknik analisis data untuk validitas instrument menggunakan pendekatan *Correlate Item-Total Correlation*. Analisis ini dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total

dan melakukan koreksi terhadap nilai koefisien korelasi yang overestimasi. Hasil uji validitas instrument ditunjukkan pada tabel 5 berikut :

Tabel 5. Ouput Uji Validitas Tes Pemahaman Konsep BMC

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Customer_Segment	17.63	11.689	.637	.875
Value_Proposition	17.17	12.144	.827	.861
Channel	17.73	11.168	.732	.865
Customer_Relationship	17.70	11.941	.709	.867
Revenue_Stream	17.10	13.197	.514	.883
Key_Resource	17.17	12.902	.595	.877
Key_Activities	18.03	13.068	.572	.879
Key_Partnership	17.20	12.993	.569	.879
Cost_Structure	17.60	11.490	.657	.873

Instrument dikatakan valid jika nilai korelasi > 0.30 . Berdasarkan uji validitas diperoleh nilai korelasi setiap item lebih besar dari 0,30 (lihat tabel 3). Artinya instrument tes dinyatakan valid.

Pembahasan

Ketika seseorang memutuskan memulai berwirausaha, memiliki modal finansial itu tidak akan cukup, tetapi diperlukan suatu ilmu lebih dalam memulai berwirausaha. Di tingkat Perguruan Tinggi untuk saat ini mata kuliah kewirausahaan diajarkan hampir di semua program studi. BMC adalah *business model* yang sangat efektif untuk dimasukkan dalam SAP (Satuan Acara Perkuliahan) pada mata kuliah kewirausahaan.(Ita Athia, 2018). Dengan penguasaan BMC, mahasiswa yang diharapkan sebagai wirausahawan pemula akan memiliki strategi dalam menghadapi persaingan yang ketat. (Abdullah Umar, Agung Hari Sasongko, Glory Aguzman, 2018).

Dari berbagai penelitian didapatkan bahwa BMC telah menjadi salah satu alat yang paling banyak digunakan untuk menggambarkan proses penciptaan nilai dan manfaat yang diharapkan dalam dunia wirausaha(Baudier, 2017). Selain itu BMC juga menyediakan kerangka kerja umum bagi siswa kewirausahaan untuk memahami tujuan dari banyak sumber informasi yang tersedia dalam dunia kewirausahaan(O'neill, 2015). Tetapi dalam artikel lain yang ditulis oleh Johan Verrue menyatakan bahwa BMC tidak memiliki konsistensi dan kekuatan karena banyak tumpang tindih terjadi pada setiap

blok area yang disebabkan oleh arsitektur tetap, dan terlalu mudah mengarah pada latihan pengisian ketika diterapkan di sekolah-sekolah (Verrue, 2014). Ini tentu menjadi persoalan tersendiri ketika BMC diterapkan dan tidak ada *assessment* penilaian yang merupakan *indicator* pengukuran tingkat ketercapaian pemahaman konsep para mahasiswa tentang materi ini.

Untuk itu pada materi penyusunan BMC pada mata kuliah kewirausahaan sangat dibutuhkan *assesment* penilaian guna mengukur kompetensi dan kemampuan mahasiswa dalam pemahaman konseptual BMC. Dengan adanya instrument penilaian pada BMC diharapkan mahasiswa dapat mengukur kemampuan dalam penyusunan BMC dan dosen pengampu mata kuliah kewirausahaan dapat menilai kemampuan mahasiswa atas pemahaman konsep pada materi ini, dan ketercapaian dalam memahami BMC yaitu 9 balok area aktifitas, sehingga mahasiswa tidak hanya latihan pengisian setiap blok pada BMC sebagaimana artikel yang tulis oleh Verrue diatas, tetapi diperoleh nilai atas ketercapaiannya, karena penilaian adalah proses mengumpulkan informasi tentang siswa dan kelas untuk maksud-maksud pengambilan keputusan instruksional (Arends, 2008).

Dan dari hasil penelitian tersebut diatas didapatkan bahwa validitas instrument tes pemahaman konsep BMC yang terdiri dari data kuantitatif dan kualitatif dinyatakan valid. Begitu juga derajat reabilitas dan validitas instrument tes pemahaman konsep BMC dinyatakan kuat dan valid. Ini layak dijadikan *assessment* pada materi penyusunan BMC pada mata kuliah kewirausahaan di tingkat Perguruan Tinggi dengan *indicator* 9 aspek penilaian yaitu : *Customers Segment, Value proposition, Customer Relationship, Channel, Revenue Stream, Key Resource, Key activities, Key Partnership, dan Cost Structure*.

SIMPULAN

Berdasarkan penillaian validator, bahwasannya instrumen *assesment* pemahaman konseptual BMC sangat layak digunakan untuk mengukur kesiapan mahasiswa dalam melangkah awal berwirausaha dengan tersusunnya *business model*. Sedangkan analisis statistik diketahui bahwa data tersebut reliabel dan valid.

Dari pengembangan instrumen penilaian ini disarankan kepada dosen untuk menerapkan produk instrumen penilaian hasil belajar pemahaman konseptual ini dalam setiap proses penilaian pada akhir perkuliahan mata kuliah kewirausahaan pada materi

business model dengan menerapkan BMC. Bagi mahasiswa instrumen penilaian hasil belajar pemahaman konseptual BMC ini sebagai sarana untuk mengukur kompetensi dan kemampuan dalam penyusunan BMC sebagai bekal awal untuk melangkah berwirausaha.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada mahasiswa Universitas Darul Ulum Lamongan untuk semua kerja samanya.

DAFTAR RUJUKAN

- Abdullah Umar, Agung Hari Sasongko, Glory Aguzman, S. (2018). BUSINESS MODEL CANVAS AS A SOLUTION FOR COMPETING STRATEGY OF SMALL BUSINESS IN INDONESIA. *International Journal of Entrepreneurship*, 22(1).
- Alexander Osterwalder, & Yves Pigneur. (2015). *Business Model Generations* (N. R. Sihandri (ed.)). PT Elex Media Komputindo.
- Almeida, F. (2018). Book Review: A. Campbell, M. Gutierrez and M. Lancelott, Operating Model Canvas. *Vision*, 22(1), 116–117. <https://doi.org/10.1177/0972262918754445>
- Arends, R. (2008). *Learning To Teach Belajar untuk Mengajar*. Pustaka Pelajar.
- Baudier, M. L. et P. (2017). Business Model Canvas Acceptance among French Entrepreneurship Students: Principles for Enhancing Innovation Artefacts in Business Education. *Journal of Innovation Economics & Management*, 2(23), 159–183.
- Dunlop, JC, G. R. (1996). *Rich Environme For Active Learning in the Higher Education Classroom*. Dalam Wilson, B.G (Ed).
- Elina, V. (2015). The development of entrepreneurial potential among higher education students. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 22(3), 563–589. <https://doi.org/10.1108/JSBED-02-2012-0027>
- Fatma Sukmawati, Setyosari Pujani, Sulton, P. (2019). The Effect of Project-based Collaborative Learning and Social Skills on Learning Outcomes in Biology Learning. *Journal for the Education of Gifted Young Scientists*, 7(4), 1325–1344. <https://doi.org/https://doi.org/10.17478/jegys.630693>
- Fioravanti, A. M., Bordignon, C. M., Pettit, S. M., Woodhouse, L. J., & Ansley, B. J. (2012). Comparing the Responsiveness of the Assessment of Motor and Process Skills and the Functional Independence Measure. *Canadian Journal of Occupational Therapy*, 79(3), 167–174. <https://doi.org/10.2182/cjot.2012.79.3.6>
- Fust, A. P., Jenert, T., & Winkler, C. (2017). Experiential or Self-Regulated Learning: A Critical Reflection of Entrepreneurial Learning Processes. *Entrepreneurship Research Journal*, 1–11. <https://doi.org/10.1515/erj-2017-0098>
- Gaus, O., & Raith, M. G. (2016). Commercial transfer – A business model innovation for the entrepreneurial university. *Industry and Higher Education*, 30(3), 183–201. <https://doi.org/10.1177/0950422216653197>
- Ita Athia, E. S. (2018). PENERAPAN BUSINESS MODEL CANVAS (BMC) UNTUK MENDORONG MINDSET KEWIRAUSAHAAN DI KALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM MALANG. *Jurnal Ketahanan Pangan*, 2(1), 66–75.
- Jackson, W. T., & Scott, D. J. (2015). Using The Business Model Canvas As A Methods

- Approach to Teaching Entrepreneurial Finance. *Journal of Entrepreneurship Education*, 18(2), 99–111. <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=111483020&site=ehost-live>
- Jones, B. . (2014). ADDIE Model (Instructional Design). Retrieved from <Http://Citeseerx.Ist.Psu.Edu/Viewdoc/Summary?Doi=10.1.1.572.4041>.
- Joyce, Alexandre, Paquin, R. L. (2016). The triple layered business model canvas: A tool to design more sustainable business models. *Journal of Cleaner Producton*, 135, 1474–1486. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.06.067>
- Miller, M. D., Linn, R. L., & Gronlund, N. E. (2012). *Measurement and assessment in teaching*. Pearson Higher Education.
- Mishra, C. (2015). The Theory of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Research Journal*, 5(4), 251–268. <https://doi.org/10.1515/erj-2015-0042>
- O’neill, T. W. (2015). The business model canvas as a platform for business information literacy instruction. *Emerald Insight*, 43(3), 450–460. <https://doi.org/http://doi.org/10.1108/RSR-02-2015-0013>
- Osterwalder, A. (2013). *Business Model Generation* (edition 20). John Wiley & Sons, Inc, Hoboken, New Jersey.
- R.J. Stiggins. (1994). *Student Centered Classroom Assessment*. Maxwell Macmillan International.
- Roy, N., Schlosser, F., & Pasek, Z. (2019). Stimulating Entrepreneurial Interest in Engineers Through an Experiential and Multidisciplinary Course Collaboration. *Entrepreneurship Education and Pedagogy*, 0(0), 2515127419856602. <https://doi.org/10.1177/2515127419856602>
- Setyosari, P. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan dan Pengembangan* (6th ed.). Prenadamedia Group.
- Setyosari, P. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan dan Pengembangan*. Kencana.
- Sort Jesper. C. (2018). Using the business model canvas to improve investment processes. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 20(1), 10–33. <https://doi.org/10.1108/JRME-11-2016-0048>
- Sparviero, S. (2019). The Case for a Socially Oriented Business Model Canvas: The Social Enterprise Model Canvas. *Journal of Social Entrepreneurship*, 10(2), 232–251. <https://doi.org/10.1080/19420676.2018.1541011>
- Sugiono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Titu, M., & Maran, M. (2022). Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan Terhadap Minat Ber-Entrepreneur. *JURNAL PENDIDIKAN DAN KEWIRAUSAHAAN*, 10(2), 656–644. <https://doi.org/https://doi.org/10.47668/pkwu.v10i2.352>
- Verrue, J. (2014). *A critical investigation of the Osterwalder Business Model Canvas: an in-depth case study*. <https://doi.org/10.13140/2.1.3488.8961>
- Winkel.WS. (2000). *Psikologi Pendidikan dan Evaluasi Belajar*. Gramedia.
- YURTBAŞI, M. (2016). Nasreddin Hodja Tales May Inspire Turkish Foreign Language Gifted and Talented Students to Speak Better English. *Journal for the Education of Gifted Young Scientists*, 4(2), 59–86. <https://dergipark.org.tr/en/pub/jegys/issue/37320/431430>
- Zarefard, M., & Cho, S. E. (2017). Relationship Between Entrepreneurs’ Managerial Competencies and Innovative Start-Up Intentions in University Students: an Iranian Case. *International Journal of Entrepreneurship*, 21(3), 1–19.