

Mencetak Leaderpreneur Muda: Kepemimpinan Visioner dan Inovasi Bisnis bagi Siswa SMA Muhammadiyah 8 Gresik

Developing Young Leaderpreneurs: Visionary Leadership and Business Innovation for Muhammadiyah 8 Gresik High School Students

^{1*)}Abdul Kadir Alamudi, ²⁾Abi Hanif Dzulquarnain, ³⁾M. Rizqi Alriansyah Manurung

^{1,2)}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

³⁾Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Gresik

Jl. Sumatera No.101, Gn. Malang, Randuagung, Kec. Kebomas, Kabupaten Gresik, Jawa Timur

*Email korespondensi: kadiralamudi@umg.ac.id

Histori Artikel:

Diajukan:
05/12/2025

Diterima:
02/03/2026

Diterbitkan:
31/03/2026

ABSTRAK

Generasi Z dihadapkan pada tantangan era disrupsi di mana kemampuan akademis semata tidak lagi cukup untuk bersaing. Dibutuhkan perpaduan kompetensi antara jiwa kepemimpinan yang tangguh dan pola pikir kewirausahaan yang inovatif, atau yang dikenal sebagai Leaderpreneur. Tujuan utama dari pengabdian ini adalah untuk menumbuhkan mentalitas wirausaha yang visioner dan berkarakter pada siswa. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui pendekatan *Experiential Learning* dan *Participatory Action Learning* yang terdiri dari penyampaian materi interaktif, workshop kelompok, dan praktik simulasi. Kegiatan ini secara khusus mengintegrasikan nilai-nilai kepemimpinan profetik (Sifat Rasulullah) dalam praktik kewirausahaan modern. Kegiatan berhasil terlaksana dengan tingkat partisipasi 100%. Secara kuantitatif, analisis data menunjukkan peningkatan pengetahuan yang signifikan, dengan kenaikan rata-rata skor post-test sebesar 71% dari pre-test. Secara kualitatif, terjadi peningkatan nyata pada aspek afektif; siswa menunjukkan self-efficacy yang lebih tinggi dan keberanian tampil dalam sesi *Pitching Battle*. Dampak utama adalah terciptanya prototype model pembelajaran *Leaderpreneurship* yang aplikatif dan kontekstual bagi SMA Muhammadiyah 8 Gresik, menanamkan fondasi bagi pengembangan karakter wirausaha berbasis nilai Islam pada generasi muda.

Kata Kunci: Leaderpreneur, Business Model Canvas, Kepemimpinan Profetik, *Experiential Learning*, Self-Efficacy.

ABSTRACT

Generation Z is faced with the challenges of an era of disruption in which academic ability alone is no longer enough to compete. A combination of competencies between strong leadership skills and innovative entrepreneurial thinking, or what is known as Leaderpreneur, is needed. The main objective of this community service program is to foster a visionary and character-building entrepreneurial mindset in students. The activities were carried out using the *Experiential Learning* and *Participatory Action Learning* approaches, which consisted of interactive material delivery, group workshops, and simulation practices. These activities specifically integrated prophetic leadership values (the characteristics of the Prophet Muhammad) into modern entrepreneurial practices. The activity was successfully implemented with a 100% participation rate. Quantitatively, data analysis showed a significant increase in knowledge, with an average post-test score increase of 71% from the pre-test. Qualitatively, there was a noticeable improvement in the affective aspect; students showed higher self-efficacy and courage to perform in the *Pitching Battle* session. The main impact was the creation of an applicable and contextual *Leaderpreneurship* learning model prototype for SMA Muhammadiyah 8 Gresik, laying the foundation for the development of Islamic value-based entrepreneurial character in the younger generation.

Keywords: Leaderpreneur, Business Model Canvas, Prophetic Leadership, *Experiential Learning*, Self-Efficacy.

PENDAHULUAN

Dunia saat ini sedang berada di tengah pusaran revolusi industri keempat dan memasuki era *Society 5.0*, sebuah zaman di mana teknologi sudah sangat terintegrasi dengan sangat canggih seperti adanya *artificial intelligence* (AI) dan integrasi *internet of things* (IoT), yang membaaur dengan kehidupan manusia modern saat ini sehingga menjadi semakin tak terhindarkan (Alamudi, 2025). Perubahan struktural ini tidak hanya mengubah cara memproduksi dan berkomunikasi, tetapi juga mendefinisikan ulang kualifikasi Sumber Daya Manusia (SDM) yang dibutuhkan pasar kerja (Schwab, 2024). Generasi Z, yang saat ini berada di bangku SMA, adalah garda terdepan yang akan menanggung dan memimpin transformasi ini. Oleh karena itu, persiapan bagi generasi muda harus melampaui batas-batas kurikulum tradisional yang hanya berfokus pada penguasaan materi subjek. Mereka memerlukan seperangkat keterampilan abad ke-21 yang holistik, di mana kemampuan untuk memimpin dan menciptakan nilai ekonomi secara simultan menjadi prasyarat mutlak.

Dalam konteks inilah muncul kebutuhan mendesak untuk menanamkan konsep "*Leaderpreneurship*" (Hisrich, 2015). *Leaderpreneurship* adalah sintesis dari dua domain krusial: *Leadership* (Kepemimpinan) yang berfokus pada visi, motivasi, dan manajemen manusia; dan *Entrepreneurship* (Kewirausahaan) yang berfokus pada identifikasi peluang, inovasi, dan pengambilan risiko untuk menciptakan usaha baru (Kuratko & Hodgetts, 2017). Ketika kedua konsep ini menyatu, hasilnya adalah individu yang tidak hanya mampu mengikuti arus, tetapi juga berani mendisrupsi pasar dan memimpin perubahan positif dalam masyarakat. Seorang leaderpreneur adalah agen perubahan yang menggabungkan ketajaman bisnis dengan integritas kepemimpinan, sebuah karakter yang semakin langka dan berharga.

Indonesia, dengan bonus demografi yang puncaknya diperkirakan terjadi dalam dekade mendatang, memiliki jendela kesempatan yang sempit untuk mengubah potensi jumlah penduduk usia produktif menjadi keunggulan kompetitif. Pemerintah telah menetapkan visi Indonesia Emas 2045, yang menargetkan negara ini menjadi kekuatan ekonomi dunia.

Target ini mustahil tercapai tanpa adanya peningkatan signifikan dalam jumlah wirausahawan berkualitas dan pemimpin visioner dari kalangan muda (Maolana, 2024). Mengingat data menunjukkan bahwa rasio wirausaha yang ada di negara kita masih jauh dibawah negara-negara lainnya (Hill et al., 2023), intervensi edukatif di tingkat pendidikan menengah menjadi sangat vital. Sekolah Menengah Atas (SMA) adalah titik krusial di mana eksplorasi karir dan pembentukan identitas mulai mengkristal.

SMA Muhammadiyah 8 Gresik, sebagai bagian dari jaringan pendidikan Muhammadiyah, memiliki landasan filosofi yang kuat dalam memadukan ilmu pengetahuan umum dengan nilai-nilai keislaman. Prinsip *Fastabiqul Khairat* (berlomba-lomba dalam kebaikan) dan penekanan pada sifat-sifat kenabian (*Shiddiq, Amanah, Tabligh, Fathonah*) dalam setiap aspek kehidupan, termasuk berbisnis dan memimpin, memberikan konteks yang unik dan kokoh bagi implementasi kegiatan *Leaderpreneurship* (Muhammadiyah, 2024). Sekolah ini berkomitmen bukan hanya melahirkan generasi lulusan yang mahir secara akademik tetapi juga melahirkan generasi yang berkarakter dan berorientasi pada kemajuan.

Meskipun memiliki landasan etika yang kuat, sekolah dan siswanya dihadapkan pada tantangan praktis. Lingkungan Gresik, sebagai kota industri dan perdagangan, menawarkan peluang ekonomi yang besar, namun juga menuntut inovasi dan kecepatan adaptasi. Siswa-siswi SMA Muhammadiyah 8 Gresik menunjukkan antusiasme yang tinggi dalam kegiatan organisasi (seperti OSIS, Hizbul Wathan, dan Ikatan Pelajar Muhammadiyah) dan kegiatan ekstrakurikuler. Ini mengindikasikan bahwa mereka memiliki modal sosial dan minat kepemimpinan yang tinggi. Namun, minat kepemimpinan ini perlu dikonversi menjadi kemampuan manajerial yang terstruktur, terutama yang berkaitan dengan identifikasi peluang, manajemen risiko, dan implementasi ide bisnis inovatif.

Kondisi faktual menunjukkan bahwa materi kewirausahaan yang disajikan di sekolah seringkali masih bersifat teoritis dan belum sepenuhnya memanfaatkan model perencanaan bisnis modern seperti *Business Model Canvas*

(BMC) atau kerangka *Design Thinking*. Pelatihan *Leaderpreneurship* yang terpadu dan kontekstual yang dilakukan melalui kolaborasi dosen dan mahasiswa dari perguruan tinggi yang memiliki kedekatan geografis dan filosofis, menjadi solusi strategis untuk mengisi kesenjangan ini. PkM ini diharapkan menjadi katalisator bagi siswa untuk tidak hanya menjadi *follower* di organisasi, tetapi juga *creator* dan *initiator* dalam konteks ekonomi lokal dan nasional.

Tujuan utama dari kegiatan PkM ini adalah untuk menyelenggarakan pelatihan yang terpadu dan aplikatif, yang secara spesifik dirancang untuk: (1) Mengubah paradigma berpikir siswa dari pencari kerja menjadi pencipta peluang ekonomi; (2) Mengasah keterampilan kepemimpinan visioner yang mampu merumuskan tujuan jangka panjang dan memotivasi tim secara efektif (Kouzes & Posner, 2012); (3) Memberikan bekal praktis dalam inovasi bisnis melalui penguasaan kerangka kerja perencanaan modern, termasuk *Business Model Canvas* (Osterwalder & Pigneur, 2010); dan (4) Memperkuat karakter keislaman siswa dalam berwirausaha, menjadikan integritas (*Amanah*) sebagai modal utama berbisnis.

Kontribusi kegiatan ini meluas ke berbagai pihak. Bagi Siswa, mereka akan mendapatkan *hard skills* dan *soft skills* yang relevan untuk sukses di perguruan tinggi atau memulai karir bisnis. Bagi SMA Muhammadiyah 8 Gresik, kegiatan ini akan memperkaya kurikulum non-akademik dan meningkatkan citra sekolah sebagai lembaga yang proaktif dalam mempersiapkan masa depan siswa. Bagi Universitas Muhammadiyah Gresik (UMG), kegiatan ini menjadi perwujudan nyata dari Tridharma Perguruan Tinggi, memperkuat jejaring kelembagaan, dan menciptakan model pengabdian yang dapat direplikasi di sekolah Muhammadiyah lainnya di kawasan Gresik (Ristekdikti & Pustaka, 2016). Secara lebih luas, keberhasilan program ini akan memberikan kontribusi mikro terhadap peningkatan kualitas SDM Gresik yang berdaya saing dan beretika. Dengan demikian, kegiatan ini bukan hanya sekadar pelatihan, tetapi investasi jangka panjang dalam pembentukan karakter dan kompetensi *Leaderpreneur* muda Indonesia. Implementasi yang terukur dan

berkesinambungan adalah kunci untuk memastikan dampak positif yang optimal dan berkelanjutan.

METODE

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dengan tema "Mencetak *Leaderpreneur* Muda" ini mengadopsi pendekatan holistik yang memadukan *Participatory Action Learning* (PAL) dan *Experiential Learning* (EL). Prinsip utama PAL adalah melibatkan peserta secara aktif dalam mendefinisikan masalah, merumuskan solusi, dan mengevaluasi hasil, memastikan bahwa solusi yang diberikan relevan dan berkelanjutan bagi konteks SMA Muhammadiyah 8 Gresik (Reason & Bradbury, 2001). Sementara itu, EL yang memberikan pengalaman pembelajaran melalui pembagian pengalaman, konseptualisasi diri, refleksi atas hal-hal yang terjadi, pengaplikasiannya, sehingga siswa benar-benar mengalami proses kepemimpinan dan kewirausahaan, bukan sekadar mendengarkan teori (Kolb, 2014). Kombinasi kedua metode ini menjamin materi yang disampaikan tidak hanya bersifat kognitif, tetapi juga membentuk aspek afektif (sikap) dan psikomotorik (keterampilan).

1. Tahap Persiapan dan Koordinasi

Tahap ini merupakan fondasi keberhasilan kegiatan. Tim PkM UMG akan melakukan:

- Survei Awal dan *Focus Group Discussion* (FGD): Melakukan pertemuan intensif dengan Kepala Sekolah, Waka Kesiswaan, dan perwakilan siswa (OSIS/IPM) untuk memvalidasi permasalahan, mengkonfirmasi kebutuhan spesifik, dan menetapkan target luaran yang realistis. Validasi ini penting untuk memastikan materi yang disiapkan relevan dengan aspirasi sekolah (Chambers, 1994).
- Penyusunan Modul Aplikatif: Merancang modul pelatihan yang ringkas, visual, dan berbasis studi kasus lokal Gresik. Modul ini akan mencakup materi *Leaderpreneur Mindset*, BMC, dan *Pitching*. Instrumen evaluasi dibuat untuk mengevaluasi sebelum dan sesudah dilakukannya kegiatan.
- Logistik dan Administrasi: Pengurusan surat izin, penetapan *venue* (ruang

pertemuan yang memadai untuk kerja kelompok), dan penyediaan sarana prasarana pendukung (kertas plano, *post-it*, spidol, materi cetak).

2. Tahap Pelaksanaan Inti

Kegiatan inti akan dilaksanakan dalam satu hari penuh (atau dua hari paruh waktu, menyesuaikan jadwal sekolah) dengan total durasi efektif 7-8 jam. Struktur sesi dirancang untuk memaksimalkan partisipasi aktif:

- a. Sesi I: *Leaderpreneur Mindset* dan Kepemimpinan Visioner (120 Menit)
 - 1) Metode: Ceramah interaktif, role-playing, dan diskusi kelompok.
 - 2) Fokus: Menghancurkan mitos wirausaha dan menanamkan *growth mindset* (Dweck, 2006). Pembahasan mendalam mengenai *Leadership Transformational* dan etika bisnis profetik (STAF).
 - 3) Aktivitas: *Ice-breaking* yang menguji kemampuan delegasi dan pengambilan keputusan cepat.
- b. Sesi II: *Business Model Canvas* (BMC) *Workshop* (180 Menit)
 - 1) Metode: *Hands-on workshop* dengan alat bantu visual.
 - 2) Fokus: Memperkenalkan BMC (Osterwalder & Pigneur, 2010). Siswa dibimbing langkah demi langkah mengisi 9 blok, dimulai dari Segmen Pelanggan hingga Sumber Pendapatan. Penekanan diberikan pada *Value Proposition* (nilai jual unik).
 - 3) Aktivitas: Pembagian kelompok (4-5 siswa), penentuan masalah lokal (Gresik), dan kolaborasi intensif mengisi lembar BMC. Tim PkM bertindak sebagai fasilitator dan mentor.
- c. Sesi III: *Pitching Battle* dan Penguatan *Self-Efficacy* (120 Menit)
 - 1) Metode: Pelatihan simulasi, feedback konstruktif.
 - 2) Fokus: Teknik *Elevator Pitch* (60-90 detik) dan presentasi 3-5 menit. Latihan bahasa tubuh, intonasi, dan seni narasi (*storytelling*) untuk meyakinkan.

3) Aktivitas: Setiap kelompok mempresentasikan BMC mereka di depan seluruh peserta dan juri (Tim PkM). Juri memberikan feedback berbasis rubrik yang fokus pada kepemimpinan tim dan kejelasan ide, bukan sekadar kelayakan bisnis. Proses ini secara langsung meningkatkan self-efficacy peserta melalui pengalaman sukses (Bandura, 1997).

3. Tahap Monitoring dan Evaluasi

Setelah pelaksanaan inti, dilakukan pengukuran dan analisis:

- a. Pengujian Akhir (*Post-test*): Dilakukan segera setelah sesi terakhir untuk mengukur peningkatan pengetahuan kognitif.
- b. Evaluasi Afektif dan Psikomotorik: Penilaian didasarkan pada observasi partisipasi aktif, kualitas pitching, dan kelengkapan BMC yang dihasilkan.
- c. Laporan Evaluasi: Penyusunan laporan awal yang memuat hasil dokumentasi berupa fotovideo, hasil evaluasi awal dan umpan balik dari pihak sekolah.

4. Tahap Pelaporan dan Publikasi

Tahap akhir ini memastikan luaran kegiatan dapat dipertanggungjawabkan dan disebarluaskan:

- a. Penyelesaian Laporan Akhir: Kompilasi seluruh data, analisis, dan rekomendasi keberlanjutan.
- b. Diseminasi Hasil: Penulisan artikel ilmiah untuk publikasi di Jurnal Pengabdian Masyarakat (atau prosiding seminar) sebagai bentuk tanggung jawab Tridharma Perguruan Tinggi (Ristekdikti & Pustaka, 2016).
- c. Publikasi Digital: Pembuatan video dokumentasi yang menarik untuk diunggah di platform media sosial atau website UMG/sekolah, berfungsi sebagai laporan kepada publik dan sarana promosi. Keseluruhan tahapan ini dirancang untuk mencapai keberhasilan program yang maksimal, terstruktur, terukur, dan berdampak nyata pada pembentukan karakter Leaderpreneur siswa SMA Muhammadiyah 8 Gresik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Keterlaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan dengan tema "Mencetak Leaderpreneur Muda: Kepemimpinan Visioner dan Inovasi Bisnis bagi Siswa SMA Muhammadiyah 8 Gresik" telah berjalan dengan lancar dan sukses. Hasil kegiatan ini dapat diuraikan secara komprehensif berdasarkan proses pelaksanaan di lapangan dan analisis data evaluasi yang

telah dikumpulkan. Kegiatan ini terlaksana dengan dilakukan pembukaan dan sambutan oleh Kepala Sekolah dan tim beserta perwakilan dari tim pengabdian. Antusiasme peserta terlihat sangat tinggi sejak awal acara. Sebanyak kurang lebih 200 siswa hadir dan mengikuti rangkaian acara hingga selesai. Berikut merupakan dokumentasi keseruan kegiatan:





Gambar 1. Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Pada sesi *Mindset Shifting*, terjadi interaksi dua arah yang dinamis. Ketika ditanya mengenai cita-cita, data awal menunjukkan mayoritas siswa masih berorientasi menjadi pegawai/karyawan. Namun, setelah pemaparan materi mengenai potensi ekonomi digital dan kisah sukses young entrepreneurs, terlihat

perubahan sorot mata dan bahasa tubuh siswa yang lebih antusias terhadap opsi berwirausaha.

Dalam praktik penyusunan Business Model Canvas (BMC), terbentuk 12 kelompok dengan ide-ide yang sangat beragam dan kontekstual dengan masalah lokal. Beberapa ide menonjol yang muncul antara lain:

1. Platform jasa titip jajanan lokal Kecamatan Cerme, Kabupaten Gresik berbasis pesanan WhatsApp otomatis.
2. Pengolahan limbah industri rumah tangga menjadi produk kerajinan dengan desain yang dibuat oleh AI.
3. Jasa konten kreator mikro untuk UMKM sekitar sekolah.

Sesi *Pitching Battle* menjadi puncak acara yang emosional dan inspiratif. Meskipun pada awalnya malu-malu, para perwakilan kelompok mampu mempresentasikan ide mereka dengan struktur yang cukup baik (Masalah - Solusi - Model Bisnis). Umpan balik yang diberikan oleh tim pengabdian diterima dengan terbuka sebagai bahan perbaikan.

Keberhasilan transfer pengetahuan diukur melalui instrumen *pre-test* dan *post-test* yang terdiri dari soal-soal pilihan ganda mengenai konsep kewirausahaan, BMC, dan literasi AI. Berdasarkan analisis data, diperoleh hasil sebagai berikut: Rata-rata Skor Pre-test: 45,5 (Skala 0-100). Hal ini menunjukkan pengetahuan awal siswa mengenai integrasi dalam bisnis masih tergolong rendah. Rata-rata Skor Post-test: 78,2. Terjadi lonjakan skor yang signifikan setelah pemberian materi dan praktik. Persentase Peningkatan (N-Gain): Terdapat peningkatan pengetahuan sebesar 32,7 poin atau sekitar 71%.

Analisis per topik menunjukkan peningkatan tertinggi terjadi pada pemahaman mengenai komponen *Business Model Canvas* untuk produktivitas. Hal ini mengindikasikan bahwa metode *Experiential Learning* sangat efektif untuk mengajarkan konsep-konsep baru yang bersifat teknis aplikatif.

Secara kualitatif, hasil observasi menunjukkan perubahan signifikan pada aspek afektif dan psikomotorik:

1. *Self-Efficacy*: Siswa yang awalnya ragu untuk berbicara, berani tampil ke depan saat sesi presentasi. Mereka mulai menggunakan terminologi bisnis (*value proposition, revenue stream*) dengan percaya diri.
2. Kerja Sama Tim: Dinamika kelompok berjalan baik. Terlihat pembagian peran alami antara siswa yang dominan di ide, siswa yang cakap menulis/desain, dan siswa yang cakap berbicara.
3. Keterampilan Teknis: Seluruh kelompok berhasil menyelesaikan lembar kerja BMC

dalam waktu yang ditentukan (90 menit). Kualitas isian BMC menunjukkan logika berpikir yang runtut, membuktikan bahwa mereka mampu menerjemahkan ide abstrak menjadi rencana konkret.

Permasalahan paling mendasar adalah adanya kesenjangan antara pola pikir yang dibentuk di lingkungan sekolah (yang cenderung berorientasi pada kinerja akademik dan ketaatan struktural) dengan pola pikir yang dibutuhkan di dunia *Leaderpreneurship* (yang menuntut inisiatif, otonomi, dan resiliensi terhadap kegagalan). Siswa, secara umum, masih menganggap wirausaha sebagai jalur alternatif atau pilihan kedua setelah sukses di dunia kerja konvensional. Fenomena ini diperkuat oleh budaya masyarakat yang masih memprioritaskan pekerjaan tetap dan stabil. Padahal, menurut McClelland (1961) (McClelland, 1961), dorongan untuk berprestasi (*need for achievement*) yang merupakan inti dari kewirausahaan, harus ditanamkan sejak dini melalui edukasi yang menantang dan memotivasi.

Di sisi kepemimpinan, meskipun siswa aktif dalam organisasi, pemahaman mereka seringkali hanya sebatas hirarki dan pelaksanaan tugas yang diperintahkan. Mereka kurang terbiasa dengan kepemimpinan transformasional, yaitu kemampuan pemimpin untuk menginspirasi dan memotivasi pengikutnya agar berprestasi lebih dari yang diharapkan, yang merupakan prasyarat mutlak dalam memimpin sebuah startup atau inisiatif inovatif (Bass & Riggio, 2006). Lebih lanjut, integrasi nilai-nilai keislaman – khususnya sifat-sifat Rasulullah (STAF: *Shiddiq, Amanah, Tabligh, Fathonah*) – dalam konteks *Leaderpreneurship* masih lemah (Rizqi & Alamudi, 2025). Nilai Amanah, misalnya, tidak hanya berarti tidak korupsi, tetapi juga berarti menjaga kepercayaan konsumen dan stakeholder (Amran & Arafah, 2020). Siswa perlu dibekali kerangka etika ini agar inovasi bisnis yang mereka ciptakan memiliki dimensi keberkahan dan keberlanjutan sosial.

Solusi yang ditawarkan adalah melalui Sesi Pencerahan *Mindset Leaderpreneur* dan Implementasi Nilai. Tim PkM akan menyelenggarakan sesi motivasi yang membedah perbedaan antara *Mindset Fixed* dan *Mindset Growth*, mendorong siswa untuk

merangkul kegagalan sebagai bagian dari proses belajar (Dweck, 2006). Pendekatan ini akan didukung dengan studi kasus wirausahawan sukses dan gagal dari Indonesia dan dunia. Untuk mengatasi lemahnya integrasi nilai, kami akan menyajikan modul "Etika Bisnis Profetik" yang mengkaji secara spesifik bagaimana sifat *Shiddiq* (Jujur) dan *Amanah* (Dapat Dipercaya) menjadi keunggulan kompetitif dalam bisnis modern, bukan sekadar kewajiban agama. Sesi ini akan dipimpin oleh akademisi UMG yang memiliki latar belakang bisnis dan keislaman, memastikan pesan yang disampaikan relevan dan mendalam. Selain itu, konsep kepemimpinan transformasional akan diperkenalkan melalui simulasi *roleplay* dan studi kasus organisasi sekolah (Bass & Riggio, 2006).

Masalah kedua adalah kurangnya penguasaan *tools* atau kerangka kerja praktis dalam merumuskan ide bisnis. Kurikulum tradisional seringkali fokus pada penyusunan proposal bisnis yang bersifat naratif dan panjang, yang kurang sesuai dengan kecepatan dan sifat dinamis dunia *startup* (Blank, 2006). Siswa belum familiar dengan alat bantu visual yang ringkas, kolaboratif, dan mudah diadaptasi, seperti *Business Model Canvas* (BMC) (Osterwalder & Pigneur, 2010). BMC adalah kerangka kerja strategis yang memungkinkan siswa untuk memetakan sembilan blok bangunan penting dari sebuah bisnis hanya dalam satu halaman, meliputi segmen pelanggan hingga struktur biaya. Tanpa penguasaan alat ini, ide-ide kreatif cenderung menguap atau tidak dapat dianalisis kelayakan ekonominya secara cepat.

Selain itu, inovasi seringkali disalahartikan sebagai penemuan sesuatu yang baru secara radikal, padahal inovasi yang efektif seringkali adalah modifikasi atau solusi kreatif terhadap masalah yang sudah ada (*problem-solving*). Siswa SMA perlu dibekali kerangka *Design Thinking* sederhana – yaitu pendekatan yang berpusat pada manusia untuk memecahkan masalah kompleks – untuk memulai proses inovasi. Keterbatasan ini menghambat siswa untuk menerjemahkan potensi kepemimpinan mereka ke dalam tindakan ekonomi yang terstruktur. Mereka tahu bagaimana memimpin rapat, tetapi tidak

tahu bagaimana memimpin tim untuk menciptakan produk yang diminati pasar.

Solusi praktis untuk masalah ini adalah dengan melaksanakan *Workshop Intensif Business Model Canvas*. Workshop ini akan memandu siswa dalam kelompok kecil untuk: (1) Mengidentifikasi *Pain Points* (Masalah Nyata) di lingkungan sekolah atau masyarakat Gresik; (2) Menggunakan kerangka *Design Thinking* (*Empathize, Define, Ideate*) sederhana untuk menciptakan *Value Proposition* (Nilai Jual) yang unik; dan (3) Mengisi Sembilan Blok BMC secara kolaboratif (Osterwalder & Pigneur, 2010). Penggunaan BMC memungkinkan siswa untuk melihat bisnis secara sistematis, menghubungkan ide kreatif dengan kelayakan finansial. Modul yang digunakan akan didesain secara visual dan interaktif, menggunakan banyak post-it notes dan studi kasus lokal Gresik, sehingga materi tidak terasa abstrak. Luaran sesi ini adalah *prototype* rencana bisnis dalam format satu halaman BMC yang siap untuk diuji.

Permasalahan ketiga berkaitan dengan aspek afektif dan psikomotorik, yaitu rendahnya *self-efficacy* (keyakinan diri) dan keterampilan *public speaking* yang diperlukan untuk menjual ide. Kewirausahaan adalah arena yang penuh ketidakpastian; oleh karena itu, *self-efficacy* wirausaha sangat penting dalam menghadapi tantangan dan menumbuhkan kegigihan (Bandura, 1997). Banyak siswa memiliki ide bagus, tetapi ragu untuk memulainya karena takut gagal atau ditertawakan. Ketakutan ini diperparah oleh kurangnya pengalaman dalam mempresentasikan ide di lingkungan yang kompetitif namun suportif.

Keterampilan *Public Speaking* dalam konteks bisnis, atau yang dikenal sebagai *Pitching*, memiliki format dan tujuan yang sangat berbeda dari presentasi tugas sekolah biasa (Timmons et al., 1994). *Pitching* menuntut ketepatan, narasi yang kuat (*storytelling*), dan kemampuan untuk meyakinkan investor atau pelanggan potensial dalam waktu yang sangat singkat (misalnya, *Elevator Pitch* 60 detik). Keterbatasan ini menjadi penghalang serius bagi siswa untuk mengambil langkah pertama menuju implementasi bisnis mereka, sehingga ide-ide

inovatif mereka hanya berakhir sebagai catatan di buku, bukan sebagai aksi nyata di lapangan.

Untuk meningkatkan *self-efficacy* dan keterampilan *public speaking*, solusi yang ditawarkan adalah Simulasi *Pitching Battle* dan Pelatihan *Elevator Pitch*. Siswa akan dibekali teknik-teknik dasar komunikasi persuasif, termasuk struktur presentasi yang efektif, manajemen bahasa tubuh, dan kontrol intonasi. Latihan akan dilakukan secara berulang, dimulai dari *pitch personal*, *pitch produk*, hingga *pitch investor* (Timmons et al., 1994). Puncak dari sesi ini adalah *Pitching Battle*, di mana setiap kelompok akan mempresentasikan BMC mereka di depan juri (Tim PkM dan perwakilan guru). Mekanisme ini menciptakan lingkungan yang aman (tanpa konsekuensi bisnis nyata) tetapi menantang, yang secara efektif akan meningkatkan *self-efficacy* (Bandura, 1997) dan membiasakan siswa untuk menyampaikan ide mereka dengan percaya diri dan meyakinkan. Kualitas ide, performa kepemimpinan, dan komunikasi tim merupakan aspek-aspek yang menjadi dasar penilaian yang diberikan.

SIMPULAN

Berdasarkan seluruh rangkaian proses perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat, tim pelaksana dapat menarik beberapa kesimpulan strategis sebagai berikut:

1. Efektivitas Transformasi Paradigma. Kegiatan ini telah berhasil mencapai tujuan utamanya dalam menggeser pola pikir siswa. Melalui pendekatan persuasif dan integrasi nilai-nilai kepemimpinan profetik, siswa mulai bertransisi dari mentalitas *Job Seeker* menuju mentalitas *Job Creator*. Mereka memahami bahwa menjadi Leaderpreneur adalah panggilan untuk memberi solusi dan manfaat, bukan sekadar mencari keuntungan.
2. Keberhasilan Metode Pembelajaran. Pendekatan *Experiential Learning* yang dipadukan dengan workshop teknis *Business Model Canvas (BMC)* terbukti sangat efektif bagi Generasi Z. Data peningkatan skor post-test yang signifikan mengonfirmasi bahwa siswa lebih mudah memahami konsep bisnis yang rumit ketika divisualisasikan dan dipraktikkan langsung, dibandingkan sekadar diteorikan.

3. Peningkatan *Soft Skills*. Secara kualitatif, kegiatan ini berdampak nyata pada peningkatan kepercayaan diri (*self-efficacy*) dan keterampilan komunikasi (*Tabligh*) siswa. Sesi *Pitching Battle* berhasil memaksa siswa keluar dari zona nyaman mereka, melatih keberanian berbicara di depan umum, dan menyusun argumen yang meyakinkan dalam waktu singkat.
4. Relevansi Program Bagi Mitra. SMA Muhammadiyah 8 Gresik kini memiliki referensi metode pembelajaran kewirausahaan yang modern dan aplikatif. Kesenjangan antara teori di sekolah dan praktik bisnis modern berhasil dijemputani melalui pengenalan alat-alat inovasi praktis dalam kegiatan ini.
5. Potensi kepemimpinan dan kewirausahaan siswa SMA Muhammadiyah 8 Gresik sangat besar. Dengan stimulus yang tepat, pendampingan yang suportif, dan alat yang relevan, mereka mampu menghasilkan ide-ide inovatif yang menjanjikan.

SARAN

Demi menjaga keberlanjutan dampak positif yang telah tercipta dan meningkatkan kualitas pengabdian di masa mendatang, tim pelaksana menyampaikan beberapa saran konstruktif:

1. Saran bagi Mitra (SMA Muhammadiyah 8 Gresik):
 - a. Integrasi Kurikulum: Disarankan agar materi *Business Model Canvas* diadopsi secara resmi ke dalam silabus mata pelajaran Prakarya dan Kewirausahaan. Hal ini agar seluruh siswa, bukan hanya peserta pelatihan, mendapatkan manfaat ilmu yang sama.
 - b. Wadah Inkubasi: Sekolah disarankan membentuk "Klub Wirausaha Muda" atau unit inkubator bisnis siswa di bawah naungan OSIS/IPM. Unit ini berfungsi menindaklanjuti ide-ide BMC terbaik siswa agar bisa direalisasikan menjadi produk nyata.
 - c. Pembiasaan *Pitching*: Guru disarankan untuk lebih sering menggunakan metode *pitching* dalam tugas-tugas sekolah untuk terus mengasah kemampuan *public speaking* siswa.
2. Saran bagi Tim Pengabdian/Universitas:

- a. Pendampingan Berkelanjutan: Untuk program selanjutnya, disarankan mengubah format dari pelatihan satu hari menjadi pendampingan serial. Hal ini diperlukan untuk memantau eksekusi ide bisnis siswa dari tahap perencanaan hingga menjadi purwarupa (*prototype*).
- b. Perluasan Topik: Materi pelatihan berikutnya dapat diperluas ke aspek Digital Marketing yang merupakan kelanjutan logis setelah siswa mampu membuat perencanaan bisnis.
- c. Sinergi Lintas Prodi: Melibatkan mahasiswa dari program studi lain dalam tim pengabdian untuk memberikan perspektif materi yang lebih kaya dan beragam bagi siswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamudi, A. K. (2025). Sumber Daya Manusia Generasi Z di Era Artificial Intelligence: Menggabungkan Kreativitas, Teknologi dan Kewirausahaan (Pengabdian Masyarakat pada SMA Muhammadiyah 3 Bungah, Gresik). *JURNAL PENGABDIAN MANAJEMEN*, 5(01), 44–52.
- Amran, E., & Arafah, W. (2020). The Effect of Ethics Business, Motivation Entrepreneurship of Muslim Women Entrepreneurs on Business Performance in Islamic Perspective in Jakarta. *American Research Journal of Business and Management*, 6(1), 1–7.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. Freeman.
- Bass, B. M., & Riggio, R. E. (2006). *Transformational leadership*. Psychology press.
- Blank, S. (2006). The four steps to the epiphany: Successful strategies for startups that win. *San Francisco: CafePress. Com*.
- Chambers, R. (1994). The origins and practice of participatory rural appraisal. *World Development*, 22(7), 953–969.
- Dweck, C. S. (2006). *Mindset: The new psychology of success*. Random house.
- Hill, S., Ionescu-Somers, A., Coduras Martínez, A., Guerrero, M., Menipaz, E., Boutaleb, F., Zbierowski, P., Schøtt, T., Sahasranamam, S., & Shay, J. (2023). *Global Entrepreneurship Monitor 2022/2023 Global Report: Adapting to a "New Normal"*. Global Entrepreneurship Research Association.
- Hisrich, R. D. (2015). *International entrepreneurship: starting, developing, and managing a global venture*. Sage Publications.
- Kolb, D. A. (2014). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. FT press.
- Kouzes, J. M., & Posner, B. (2012). The leadership challenge: How to make extraordinary things happen. *Atlanta, GA: Better World Books*.
- Kuratko, D. F., & Hodgetts, R. M. (2017). *Entrepreneurship: Theory, process, practice*. Cengage learning Boston.
- Maolana, M. I. (2024). Rancang Bangun Pengembangan Kerangka Sumber Daya Manusia Perencana Pembangunan Menuju Indonesia Emas 2045. *Bappenas Working Papers*, 7(3), 243–267.
- McClelland, D. C. (1961). *Achieving society* (Vol. 92051). Simon and Schuster.
- Muhammadiyah, M. P. D. dan M. P. (2024). *Pendidikan Bahasa Arab Al-Islam dan Kemuhammadiyah*.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers*. John Wiley & Sons.
- Ristekdikti, R., & Pustaka, U. (2016). *Buku panduan pelaksanaan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat di perguruan tinggi edisi X tahun 2016*.
- Rizqi, M. A., & Alamudi, A. K. (2025). Analisis Kepemimpinan Islami pada Era Modern. *Jurnal Manajerial*, 12(02), 315–331.
- Schwab, K. (2024). The Fourth Industrial Revolution: what it means, how to respond1. In *Handbook of research on strategic leadership in the Fourth Industrial Revolution* (pp. 29–34). Edward Elgar Publishing.
- Timmons, J. A., Spinelli, S., & Tan, Y. (1994). *New venture creation: Entrepreneurship for the 21st century* (Vol. 4). Irwin Burr Ridge, IL.