

# Pendampingan Siswa SMK Pemasaran Dalam Menemukan Ide Bisnis dan Strategi Pemasaran Digital yang Legal dan Halal

<sup>1</sup>Jodi Septiadi Akbar, <sup>1</sup>Ramadhana Aulia Wisdawati, <sup>1</sup>Iqbal Maulana Arifin

<sup>1</sup>Program Studi Bisnis Digital, Politeknik Caltex Riau, Riau, Indonesia

Corresponding Author. Email : [jodi@pcr.ac.id](mailto:jodi@pcr.ac.id)

## ARTICLE INFO

### Article History:

Received : 11-01-2026

Revised : 24-03-2026

Accepted : 27-03-2026

Online : 05-04-2026

### Keywords:

Business;

Idea Development;

Digital Marketing;

Legal Aspects of  
Entrepreneurship.

## ABSTRACT

**Abstract:** *The rapid expansion of the digital economy demands that the younger generation, particularly Vocational High School (SMK) students, cultivate entrepreneurial skills that are creative, innovative, and grounded in legal and halal principles. This community service program aims to strengthen SMK students' competencies in developing business ideas and implementing digital marketing strategies aligned with legal compliance and halal ethics. The program was executed through four integrated stages: (1) product innovation and branding strategy training using a design thinking approach; (2) business legality education via the OSS RBA online platform; (3) digital marketing literacy utilizing social media; and (4) entrepreneurial mini-projects and evaluation. Results indicate improved student capabilities in formulating 11–14 realistic business ideas, understanding business legal aspects such as Business Identification Number (NIB) registration procedures, and applying digital marketing strategies consistent with halal business ethics. Ultimately, this program is expected to foster a sustainable entrepreneurial spirit and contribute to the development of the creative economy among vocational high school students.*

**Abstrak:** Perkembangan pesat ekonomi digital menuntut generasi muda, khususnya siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), untuk menumbuhkan keterampilan kewirausahaan yang kreatif, inovatif, dan berlandaskan prinsip legal dan halal. Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memperkuat kompetensi siswa SMK dalam mengembangkan ide bisnis dan menerapkan strategi pemasaran digital yang selaras dengan kepatuhan hukum dan etika bisnis halal. Program ini dilaksanakan melalui empat tahapan terintegrasi: (1) pelatihan inovasi produk dan strategi branding menggunakan pendekatan design thinking; (2) edukasi legalitas usaha melalui platform daring OSS RBA; (3) literasi pemasaran digital memanfaatkan media sosial; dan (4) proyek mini kewirausahaan dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kemampuan siswa dalam merumuskan 11–14 ide bisnis yang realistis, memahami aspek legal usaha seperti prosedur pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB), serta menerapkan strategi pemasaran digital yang konsisten dengan etika bisnis halal. Pada akhirnya, program ini diharapkan dapat menumbuhkan semangat kewirausahaan yang berkelanjutan dan berkontribusi terhadap pengembangan ekonomi kreatif di kalangan siswa sekolah kejuruan.



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license

## **A. LATAR BELAKANG**

UMKM menjadi salah satu kontributor terbesar dalam perekonomian Indonesia, dengan kontribusi terhadap PDB nasional mencapai 61% dan lebih dari 65 juta unit usaha aktif masuk dalam kategori UMKM (Purnomo, Nurmalitasari, & Nurchim, 2024). Namun, peningkatan jumlah ini belum sepenuhnya seimbang dengan pemahaman yang memadai mengenai aspek legalitas usaha dan sertifikasi produk, khususnya dalam hal kehalalan pangan. Data Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) pada tahun 2025 mencatat sebanyak 11.924 perusahaan yang terdaftar dalam sistem e-registrasi pangan olahan, hanya 5.684 usaha mikro dan 2.977 usaha kecil yang memenuhi aspek legal formal terkait keamanan, mutu, dan kehalalan pangan (Badan Pengawasan Obat dan Makanan, 2025). Fenomena ini mencerminkan kesenjangan antara pertumbuhan kuantitas UMKM dan kualitas tata kelola usaha yang berkelanjutan.

Dalam konteks pendidikan vokasi, tantangan serupa juga dialami oleh siswa SMK yang mulai mengembangkan usaha berbasis komoditas lokal. (Mack, White, & Senghor, 2019) menemukan bahwa 98% siswa vokasi memiliki minat terhadap kewirausahaan. Minat tersebut tidak diimbangi dengan dukungan institusional yang masih lemah. Selain itu, rendahnya keterampilan kewirausahaan dan keterbatasan modal usaha juga menjadi hambatan dalam mengembangkan kemampuan usaha berbasis komoditas tersebut (Kwamong, et al., 2017). Sejalan dengan temuan tersebut, mitra sasaran kegiatan ini adalah SMKN 1 Pinggir, Kabupaten Bengkalis, Provinsi Riau, sebuah sekolah menengah kejuruan yang memiliki empat program keahlian, salah satunya Agribisnis Tanaman. Melalui observasi awal dan wawancara informal dengan tenaga pendidik, diketahui bahwa jurusan tersebut telah menginisiasi budidaya labu madu dan mengolahnya menjadi kerupuk labu. Meski demikian, strategi pemasaran produk masih bersifat konvensional, dan siswa belum memahami pentingnya legalitas usaha (seperti pengurusan Nomor Induk Berusaha/NIB melalui OSS RBA) maupun sertifikasi halal sebagai nilai tambah dalam penetrasi pasar. Kondisi ini menghambat potensi pengembangan usaha yang berkelanjutan dan berdaya saing.

Dari berbagai permasalahan yang dihadapi, prioritas kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini difokuskan pada penguatan literasi kewirausahaan dalam tiga aspek utama: pengembangan ide bisnis, pemahaman legalitas usaha, dan penerapan strategi pemasaran digital berbasis nilai halal. Bukti yang berasal dari berbagai kajian literatur sistematis menunjukkan dukungan yang kuat terhadap klaim tersebut. Sertifikasi halal secara signifikan meningkatkan nilai produk dan daya saing pasar, dengan inisiatif pemerintah memainkan peran yang krusial (Sunarta, Apriliani, Prasetya, & Ramadhaningsih, 2025). Sementara itu, (Suleiman, Adamu, & Adamu, 2025) menyoroti potensi pemasaran digital dalam memperluas jangkauan pasar sekaligus mempromosikan nilai-nilai etika Islam. Selanjutnya, sertifikasi halal telah menjadi kewajiban hukum untuk seluruh produk di Indonesia selambatnya Oktober 2024 (Rahayu, Niravita, Anitasari, & Kamal, 2023). Penerapan sertifikasi wajib tersebut berkontribusi positif terhadap citra produk dan perluasan pasar (Azhari, Rachmayani, & Aufi, 2025).

Kegiatan ini didasarkan pada kerangka pemikiran kewirausahaan berbasis nilai (*value-based entrepreneurship*) yang menekankan integrasi aspek legal, etika, dan prinsip keagamaan dalam membangun usaha yang tangguh dan berkelanjutan. Selain itu, pendekatan literasi digital pemasaran dipandang sebagai fondasi penting dalam membekali generasi muda untuk memanfaatkan platform media sosial secara efektif, kreatif, dan bertanggung jawab. Dalam konteks pendidikan vokasi, model pemberdayaan partisipatif melalui pengabdian masyarakat terbukti efektif dalam menjembatani kesenjangan antara teori kewirausahaan dan praktik nyata di lapangan, sekaligus menumbuhkan semangat kemandirian ekonomi sejak dini.

Berdasarkan latar belakang dan kerangka pemikiran tersebut, kegiatan PKM ini bertujuan untuk: (1) meningkatkan pemahaman siswa mengenai legalitas usaha melalui sistem Online Single Submission Risk-Based Approach (OSS RBA); (2) memperkuat kesadaran dan keterampilan dalam menerapkan prinsip halal sebagai nilai tambah produk; dan (3) mengembangkan kemampuan pemasaran digital melalui simulasi promosi berbasis media sosial. Manfaat yang diharapkan meliputi peningkatan kapasitas kewirausahaan siswa SMKN 1 Pinggir sebagai calon pelaku usaha muda, penguatan ekosistem UMKM berbasis komoditas lokal di Kecamatan Pinggir, serta kontribusi terhadap pengembangan ekonomi kreatif yang berlandaskan prinsip legal dan halal.

## **B. METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan pendekatan edukatif, partisipatif, dan aplikatif, sehingga memberikan pemahaman konseptual dan keterampilan praktis kepada siswa SMKN 1 Pinggir. Tiga aspek yang dilakukan dalam pengabdian ini adalah pengembangan ide bisnis, pemahaman terkait legalitas usaha, dan pemasaran digital. Pelaksanaan ini mengikuti empat tahap terintegrasi yang dirancang sesuai dengan kompetensi tim pengusul, keterlibatan aktif mitra, dan prinsip efisiensi anggaran.

Kegiatan pengabdian ini selaras dengan arah pengembangan pengabdian kepada masyarakat yang menekankan pada diseminasi ilmu pengetahuan dan teknologi serta penguatan praktik kewirausahaan berbasis nilai sosial. Program ini berkontribusi pada upaya peningkatan kapasitas masyarakat melalui penerapan pengetahuan dan keterampilan yang berdampak pada peningkatan kualitas hidup, khususnya dalam konteks pemberdayaan ekonomi lokal. Selain itu, kegiatan ini mendukung optimalisasi potensi komoditas perkebunan lokal melalui penciptaan nilai tambah (*added value*) terhadap produk yang dihasilkan mitra, sehingga mendorong keberlanjutan usaha dan penguatan ekonomi berbasis komunitas (Politeknik Caltex Riau, 2021).

Tahap pertama difokuskan pada penguatan inovasi produk melalui pelatihan diferensiasi kerupuk labu madu, mencakup variasi rasa, kemasan, dan bentuk, dengan pendekatan design thinking untuk memahami kebutuhan konsumen. Tahap kedua berupa edukasi legalitas usaha melalui simulasi pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB) menggunakan platform Online Single Submission Risk-Based Approach (OSS RBA), dilengkapi penjelasan tentang urgensi sertifikasi halal sebagai nilai tambah produk. Tahap ketiga mengembangkan kemampuan pemasaran digital melalui pelatihan praktis pembuatan akun bisnis di Instagram dan TikTok Shop, teknik fotografi produk, copywriting, serta produksi konten promosi menggunakan aplikasi seperti Canva dan CapCut.

Pada tahap akhir, siswa menjalankan proyek mini kewirausahaan dengan mengembangkan merek usaha, menjual produk secara online dan offline, serta mempresentasikan laporan perkembangan usaha. Pendekatan ini menerapkan prinsip *learning by doing* yang mendorong penerapan langsung pengetahuan teoretis dalam konteks nyata (Mutasowifin, 2021). Evaluasi dilakukan secara komprehensif melalui observasi proses, pre-test dan post-test, serta penilaian hasil proyek berdasarkan kreativitas, jangkauan pasar, dan penerapan strategi legal-digital.

Keterlibatan mitra SMKN 1 Pinggir mencakup penyediaan sarana, koordinasi guru pendamping, serta komitmen untuk mengembangkan keberlanjutan kegiatan melalui ekstrakurikuler kewirausahaan. Peran mahasiswa sebagai fasilitator kelompok dan asisten teknis memperkuat kolaborasi antara perguruan tinggi dan sekolah, sejalan dengan semangat Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM). Inovasi utama kegiatan terletak pada integrasi simulasi OSS RBA, pemasaran digital, dan proyek usaha mikro dalam satu kesatuan pembelajaran kontekstual yang adaptif terhadap kebutuhan siswa vokasi. Pemanfaatan teknologi digital tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis,

tetapi juga menumbuhkan potensi ekonomi kreatif (Asri, 2022), sementara media interaktif berbasis visual terbukti efektif meningkatkan pemahaman dan minat belajar (Mahardika, 2025).

### C. HASIL DAN PEMBAHASAN

SMK Negeri 1 Pinggir sebagai mitra memiliki empat program keahlian, yaitu Teknik Otomotif, Teknik Pengelasan dan Fabrikasi Logam, Agribisnis Tanaman, serta Desain Komunikasi Visual. Proses belajar mengajar pada jurusan Agribisnis Tanaman telah mempelajari melakukan kegiatan budidaya komoditas labu madu yang selanjutnya diolah menjadi produk turunan berupa kerupuk. Pemilihan komoditas labu dilakukan karena buah tersebut mudah ditanam sepanjang tahun dan mengandung nutrisi penting, seperti protein, karbohidrat, beberapa mineral (kalsium, fosfor, dan besi), serta vitamin A, B, dan C; (Sudarto, 2000); (Ashari & Intania, 2022). Fakta tersebut menjadikan labu sebagai komoditas yang layak dipertimbangkan untuk dikembangkan, karena tidak hanya potensial dari sisi produksi dan ketersediaan bahan baku, tetapi juga bernilai tinggi dari sisi kesehatan dan gizi. Oleh karena itu, labu dapat dikategorikan sebagai komoditas strategis yang berpotensi dikembangkan dalam sektor agribisnis dan pengolahan pangan.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) telah berhasil dilaksanakan pada hari Senin, 15 September 2025, bertempat di SMKN 1 Pinggir. Acara ini terbagi menjadi dua sesi materi utama yang dibawakan oleh dua narasumber. Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini menghasilkan sejumlah capaian yang berkaitan dengan peningkatan kapasitas kewirausahaan siswa vokasi, khususnya dalam pengembangan ide bisnis berbasis komoditas lokal, pemahaman legalitas dan kehalalan produk, serta literasi pemasaran digital. Hasil kegiatan disajikan berdasarkan capaian utama yang diperoleh selama proses pendampingan dan pelatihan yang diuraikan sebagai berikut:

#### 1. Peningkatan Kapasitas Pengembangan Ide Bisnis Inovatif

Sesi pertama diisi oleh Bapak Iqbal Maulana, S.E., M.M., dengan materi Pengelolaan Ide Bisnis. Dalam paparannya, beliau menjelaskan secara mendalam bagaimana merumuskan ide bisnis dari sebuah masalah menggunakan pendekatan *design thinking*, yang menekankan pentingnya empati terhadap calon konsumen untuk menciptakan solusi inovatif dan tepat sasaran. Melalui pendekatan praktis ini, siswa dibimbing untuk mengubah pola pikir dari sekadar membuat produk menjadi pencipta solusi.

Materi tersebut mendapat respon yang sangat positif. Para guru dan siswa terlihat antusias, aktif bertanya, dan berbagi cerita mengenai tantangan serta peluang dalam mengembangkan komoditas unggulan sekolah, yaitu labu madu. Bapak Iqbal juga menyoroti pentingnya kemasan dan branding sebagai identitas produk, serta mendorong kreativitas dalam merancang produk olahan yang mampu menarik minat konsumen. Pentingnya menekankan analisa yang mendalam sebelum merancang ide bisnis sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Zulaikha, Andansari, & Susandari, 2023) yang menunjukkan bahwa optimalisasi tahap empati berperan penting dalam menghasilkan inovasi. Hal tersebut semakin dikuatkan oleh pendapat (Palavesh, 2023) bahwa keterlibatan pengguna dan proses iteratif dalam *design thinking* efektif dalam mendukung pengembangan usaha baru. Hal ini tercermin dalam keragaman dan relevansi ide bisnis yang dihasilkan peserta pada kegiatan ini.

Hasil kegiatan ini mendukung pendekatan *design thinking* yang menekankan pemahaman empatik terhadap kebutuhan pengguna sebagai dasar pengembangan ide bisnis. Mitra melalui guru pengampu pelajaran tersebut mengungkapkan kendala mereka dalam memasarkan produk berupa olahan kerupuk labu. Melalui proses pendekatan *design thinking* khususnya proses empati dan perumusan masalah, kendala

tersebut kemudian diterjemahkan menjadi peluang pengembangan ide bisnis yang lebih relevan dengan preferensi pasar, sehingga mendorong terciptanya solusi yang lebih inovatif dan berorientasi pada kebutuhan konsumen.



**Gambar 1.** Penyampaian materi sesi pertama oleh Bapak Iqbal Maulana, S.E., M.M

## **2. Peningkatan Literasi Legalitas Usaha dan Kehalalan Produk**

Memasuki sesi kedua, kegiatan dilanjutkan dengan materi Pengetahuan Terkait Legalitas Usaha dan Kehalalan Produk yang dibawakan oleh Bapak Jodi Septiadi Akbar, S.E., M.M. Berdasarkan observasi awal, diketahui bahwa sebagian besar siswa dan guru belum memiliki pemahaman mengenai aspek legalitas usaha. Oleh karena itu, sesi ini difokuskan untuk memberikan landasan pemahaman yang komprehensif mengenai pentingnya pengurusan legalitas bagi produk UMKM. Hal tersebut selaras dengan temuan pada studi sebelumnya bahwa umumnya para masyarakat pemilik usaha sering kali memandang proses pendaftaran merek dan izin usaha sebagai sesuatu yang sulit, sehingga diperlukan upaya sosialisasi untuk memberikan edukasi mengenai prosedur tersebut (Baihaqi, Prima, & Widiyanto, 2021).

Dalam paparannya, Bapak Jodi menjelaskan bahwa legalitas usaha tidak hanya berfungsi untuk melindungi produsen atau pelaku UMKM dari sisi hukum, tetapi juga memberikan rasa aman dan kepercayaan kepada konsumen, sesuai amanat Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Lebih lanjut, beliau memaparkan kemudahan proses pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT) yang kini telah terintegrasi dalam sistem Online Single Submission (OSS) dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP).

Paparan mengenai kemudahan mengurus NIB melalui sistem daring serta pentingnya label halal berhasil menumbuhkan kesadaran baru di kalangan siswa tentang urgensi menjalankan usaha yang patuh hukum dan terjamin kehalalannya. Antusiasme siswa tercermin dari banyaknya pertanyaan mendasar yang diajukan selama sesi berlangsung, khususnya terkait prosedur pendaftaran dan manfaat kepemilikan izin usaha bagi keberlanjutan produk. Sebagai penutup, sesi ini dilengkapi dengan tutorial praktis mengenai langkah-langkah pengurusan legalitas usaha secara daring melalui situs resmi Online Single Submission ([oss.go.id](http://oss.go.id)), sehingga peserta memperoleh bekal yang konkret untuk dapat mengaplikasikannya secara mandiri.



**Gambar 2.** Penyampaian materi sesi kedua oleh Bapak Jodi Septiadi Akbar, S.E., M.M.

Sebagai umpan balik atas pemaparan tersebut, para guru di sekolah mitra juga menyampaikan berbagai kendala yang dihadapi dalam memasarkan produk olahan, terutama terkait rendahnya tingkat kepercayaan konsumen. Kendala tersebut meliputi tampilan kemasan yang masih sederhana dan kurang rapi, label produk yang belum mencantumkan informasi komposisi secara memadai, penggunaan label halal yang belum standar dan belum terdaftar secara resmi, serta keterbatasan akses dan pemahaman dalam proses pengurusan legalitas usaha. Temuan ini menegaskan bahwa aspek legalitas dan kualitas penyajian produk merupakan faktor penting yang perlu diperkuat untuk meningkatkan daya saing dan kepercayaan pasar.

### **3. Pengenalan dan Literasi Strategi Pemasaran Digital**

Pada tahap ini, tim pengabdian telah menyampaikan materi dasar terkait pentingnya pemasaran digital bagi UMKM. Siswa diperkenalkan dengan konsep penggunaan Instagram dan TikTok Shop sebagai saluran promosi. Namun, karena keterbatasan waktu pelaksanaan kegiatan, tahap ini lebih difokuskan kepada pemahaman konsep dan simulasi terbatas daripada implementasi penuh pembuatan konten secara mandiri. Antusiasme siswa terlihat pada sesi tanya jawab mengenai algoritma media sosial, meskipun secara praktis teknis pengeditan video belum dapat dilakukan secara mendalam oleh seluruh peserta. Hal ini menjadi catatan penting bahwa literasi digital memerlukan waktu yang lebih panjang untuk mencapai tingkat kemahiran teknis.

### **4. Evaluasi Pemahaman Praktik**

Sebagai tolok ukur keberhasilan pemaparan materi, sebuah evaluasi pemahaman praktis dilakukan untuk mengukur kemampuan siswa dalam menghasilkan ide bisnis dari komoditas labu madu. Analisis difokuskan pada jawaban dari tiga siswa yang terpilih karena menunjukkan tingkat kreativitas dan kuantitas ide tertinggi dari total 42 peserta.

Hasil pendampingan menunjukkan adanya peningkatan kemampuan ideasi bisnis peserta. Dari total peserta yang terlibat, teridentifikasi 11–14 ide bisnis yang dikembangkan berdasarkan komoditas labu madu, yang mencakup produk pangan olahan, produk non-pangan, serta produk antara. Keragaman ide yang dihasilkan menunjukkan bahwa peserta tidak hanya mampu mengidentifikasi potensi komoditas lokal, tetapi juga mulai memahami konsep diferensiasi produk dan nilai tambah (*added value*).

Meskipun mayoritas ide yang dihasilkan masih berfokus pada produk pangan, hal ini dapat diinterpretasikan sebagai titik awal yang logis sesuai dengan pemahaman dan lingkungan siswa. Temuan ini menjadi masukan berharga bahwa siswa telah berhasil menguasai konsep dasar inovasi produk dan siap untuk diperkenalkan pada diversifikasi produk non-pangan pada kegiatan pendampingan selanjutnya. Secara keseluruhan, hasil

uji kreativitas ini secara kualitatif membuktikan bahwa tujuan kegiatan untuk memantik ide bisnis yang inovatif dan relevan telah tercapai. Hal ini sejalan dengan temuan Mack, White, & Senghor (2019) yang menegaskan bahwa minat kewirausahaan siswa perlu difasilitasi melalui pendekatan pembelajaran yang aplikatif dan kontekstual agar dapat berkembang menjadi kompetensi nyata.

**Tabel 1.** Rekapitulasi dan Kategorisasi Ide Bisnis dari Siswa Terpilih

No.	Nama Siswa	Jawaban Ide Bisnis	Kategori Ide
1	Rayhan	Kelepon, Roti, Kolak, Minuman sehat, Donat, Kue bolu, Kukis, Brownies, Es krim, dll.	Kue Tradisional, Kue Modern, Minuman, Makanan Penutup
2	Adil Ajahari	Kolak, Bolu, Selai, Donat, Manisan, Sop, Jus, Onde-onde, Tepung labu madu, dll.	Makanan Olahan, Minuman, Produk Antara/Setengah Jadi
3	Barak Obama	Bolu, Mochi, Boba, Bubur, Agar-agar, Manisan, Donat, Pancake, Siomay labu, Pewarna buatan, dll.	Makanan Olahan, Minuman, Makanan Penutup, Produk Non-Pangan

## 5. Kendala dan Tantangan Pelaksanaan

Selama pelaksanaan kegiatan, tim menghadapi beberapa kendala teknis dan non teknis. Kendala utama yang memengaruhi kedalaman materi pada tahap 3 (pemasaran digital) adalah keterbatasan waktu. Durasi yang cukup singkat menyebabkan siswa belum dapat memaksimalkan materi pada tahap 3 (Pemasaran Digital). Kendala kedua adalah keterbatasan akses internet terkait kuota dan kesediaan perangkat *smartphone* yang tidak merata di kalangan siswa menyebabkan simulasi daring sulit diimplementasikan secara serentak. Solusi yang dilakukan adalah memberikan materi rekaman dan tutorial offline yang dapat diakses siswa secara mandiri setelah kegiatan selesai. Kendala ini menjadi rekomendasi untuk kegiatan pendampingan lanjutan agar alokasi waktu untuk praktik digital dapat diperpanjang.

## D. SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di SMKN 1 Pinggir berhasil mencapai tujuan utamanya, yaitu meningkatkan pemahaman dan keterampilan praktis siswa dalam merancang ide bisnis, memahami legalitas usaha, serta mengimplementasikan strategi pemasaran digital yang kreatif dan halal. Melalui pendekatan edukatif dan partisipatif, siswa tidak hanya memperoleh pengetahuan konseptual, tetapi juga mampu menerapkan secara langsung dalam bentuk ide dan proyek mini kewirausahaan berbasis produk olahan labu madu.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa siswa memiliki antusiasme tinggi dan mampu menghasilkan berbagai inovasi produk yang bernilai ekonomi. Simulasi OSS RBA dan pengenalan sertifikasi halal memberikan wawasan baru mengenai pentingnya legalitas dan nilai religius dalam membangun bisnis yang berkelanjutan. Selain itu, pelatihan pemasaran digital telah membuka peluang bagi siswa untuk memanfaatkan platform media sosial sebagai sarana promosi produk yang efektif dan efisien.

Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek berupa peningkatan kapasitas siswa, tetapi juga berpotensi menciptakan dampak jangka panjang melalui terbentuknya ekosistem wirausaha muda yang legal, kreatif, dan berdaya saing. Keberhasilan program ini menunjukkan pentingnya kolaborasi antara perguruan tinggi dan sekolah vokasi dalam mewujudkan implementasi nyata konsep Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) di bidang kewirausahaan berbasis nilai dan keberlanjutan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah berkontribusi dalam keberhasilan kegiatan ini. Ucapan terima kasih yang tulus kami sampaikan kepada Politeknik Caltex Riau (PCR) selaku institusi penyedia pendanaan kegiatan melalui Skema Hibah Internal Pengabdian kepada Masyarakat Tahun 2025, yang telah memberikan dukungan penuh dalam pelaksanaan program ini.

Penghargaan juga kami berikan kepada SMKN 1 Pinggir sebagai mitra pelaksana kegiatan atas kerja sama yang baik, dukungan fasilitas, serta partisipasi aktif dari guru pendamping dan para siswa selama proses kegiatan berlangsung. Kami juga menyampaikan apresiasi kepada mahasiswa selaku tim fasilitator yang telah berperan aktif dalam persiapan, pelaksanaan, serta evaluasi kegiatan ini. Semoga kolaborasi dan dukungan dari semua pihak membawa manfaat berkelanjutan bagi pengembangan pendidikan vokasi serta pemberdayaan masyarakat menuju ekonomi yang kreatif, legal, dan berdaya saing.

## REFERENSI

- Ashari, M. H., & Intania, F. (2022). Peningkatan Nilai Tambah Komoditas Labu Madu (Butternut Squash) Menjadi Keripik Labu Madu. *PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 165–172. doi:<https://doi.org/10.54259/pakmas.v2i1.838>
- Asri, K. H. (2022). Creative Economy Development in Islamic Boarding Schools Through Student Entrepreneurship Empowerment Towards the Digital Era 5.0. *ALIF*, 01(07), 17-26. doi:10.37010/alif.v1i1.710
- Azhari, F. J., Rachmayani, N., & Afi, I. (2025). Sertifikasi Halal Mempengaruhi Peningkatan Daya Saing UMKM di Jakarta. *Jurnal Teknik Informatika Dan Teknologi Informasi*, 5(2), 611–618. doi:<https://doi.org/10.55606/jutiti.v5i2.5739>
- Badan Pengawasan Obat dan Makanan. (2025). *Siaran Pers Nomor HM.01.1 2.02.25.77 Tanggal 24 Februari 2025 Tentang BPOM Percepat Proses Perizinan: UMKM Pangan Olahan Capai 55,9 Persen Registrasi Produk di BPOM*. Jakarta: Badan Pengawasan Obat dan Makanan.
- Baihaqi, W., Prima, C., & Widiyanto, N. (2021). Pelatihan dan pendampingan pendaftaran merek dagang bagi pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Banyumas. *Society*, 2(1), 68–74. doi:<https://doi.org/10.37802/society.v2i1.176>
- Kwapong, L. S., Taylor-Abdulai, H. B., Nyarko, C. O., Ampofo-Ansa, C., Donkor, E., & Afriyie, E. O. (2017). Technical Vocational Education and Training (TVET) as Catalyst for Entrepreneurial Development of Students in Polytechnics: A Case Study of Accra Polytechnic, Ghana. *Higher Education Research*, 2(2), 55-59. doi:10.11648/j.her.20170202.15
- Mack, A. J., White, D., & Senghor, O. (2019). An insight into entrepreneurship education practices in Technical and Vocational Education and Training institutions. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(48), 1-15. doi:<https://doi.org/10.1186/s40497-019-0169-z>
- Mahardika, I. K. (2025). Inovasi literasi membaca melalui media Konidin (Komik Unik Digital Interaktif). *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(1), 195–201. doi:<https://doi.org/10.54371/jiip.v8i1.6579>
- Mutasowifin, A. (2021). Peningkatan kualitas manajemen UMKM dan minat wirausaha mahasiswa melalui pembelajaran project-based learning. *JIRA: Jurnal Inovasi dan Riset Akademik*, 2(6), 857–865. doi:<https://doi.org/10.47387/jira.v2i6.168>
- Palavesh, S. (2023). The Role of Design Thinking in Conceptualizing and Validating New Business Ideas. *Journal of Informatics Education and Research*, 3(2), 3057-3066. doi:<https://doi.org/10.52783/jier.v4i3.1294>

- Politeknik Caltex Riau. (2021). *Rencana strategis pengabdian kepada masyarakat 2022–2026*. Pekanbaru: Badan Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Politeknik Caltex Riau.
- Purnomo, S., Nurmalitasari, N., & Nurchim, N. (2024). Digital transformation of MSMEs in Indonesia: A systematic literature review. *Journal of Management and Digital Business*, 4(2), 301-312. doi:10.53088/jmdb
- Rahayu, S. A., Niravita, A., Anitasari, R. F., & Kamal, U. (2023). Halal Certification Imperatives for MSMEs: Navigating Sustainability, Consumer Confidence, and Policy Compliance (Case of Kenteng, Bandung, Indonesia). *Indonesian Journal of Advocacy and Legal Services*, 5(2), 143-160. doi:https://doi.org/10.15294/ijals.v5i2.72426
- Sudarto, Y. (2000). *Budidaya waluh*. Yogyakarta: Kanisius.
- Suleiman, A. M., Adamu, A. I., & Adamu, S. I. (2025). The Adoption of Digital Marketing by MSMEs Selling Halal Products: Opportunities and Challenges. *Malacca: Journal of Management and Business Development*, 2(2), 97-103. doi:https://doi.org/10.69965/malacca.v2i2.207
- Sunarta, D. A., Apriliani, R., Prasetya, A., & Ramadhaningsih, D. (2025). Halal Certification and Value Addition for MSME Products: A Literature Review on Government Initiatives and Regulatory Frameworks. *Malacca: Journal of Management and Business Development*, 2(2), 104-115. doi:https://doi.org/10.69965/malacca.v2i2.185
- Zulaikha, E., Andansari, D., & Susandari, H. (2023). Empathy-Driven Innovation: Analysis of Five User-Centered Design Thinking Case Studies. *Asian CHI '23: Proceedings of the Asian HCI Symposium 2023* (pp. 1-6). Hamburg: The Association for Computing Machinery. doi:https://doi.org/10.1145/3604571.3604572