

Pelatihan kewirausahaan berbasis digital marketing bagi siswa SMKN 1 Tabanan

Made Irma Dwiputranti¹, I Gusti Agung Prabandari Tri Putri², I Gede Juliana Eka Putra³, I Gede Irfan Kusuma Putra¹

¹Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Primakara, Indonesia

²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Primakara, Indonesia

³Program Studi Informatika, Fakultas Teknologi Informasi dan Desain, Universitas Primakara, Indonesia

Penulis korespondensi : Made Irma Dwiputranti

E-mail : Madeirma@primakara.ac.id

Diterima: 26 April 2025 | Direvisi 19 Mei 2025 | Disetujui: 20 Mei 2025 | Online: 27 Mei 2025

© Penulis 2025

Abstrak

Program pengabdian kepada masyarakat ini dilatarbelakangi oleh masih terdapat keterbatasan dalam literasi pembelajaran kewirausahaan, serta pemanfaatan teknologi yang belum optimal dalam proses pembelajaran. Untuk memberikan pelatihan kewirausahaan digital kepada siswa SMKN 1 Tabanan. Tujuan dari pelatihan ini adalah untuk mengembangkan kemampuan kewirausahaan siswa melalui pendekatan berbasis digital dengan menggunakan sosial media. Dalam pelaksanaannya, pelatihan ini menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) sebagai alat strategis guna membantu siswa merancang model bisnis yang terintegrasi dengan pemasaran digital. Pelatihan kewirausahaan digital ini dilakukan di SMKN 1 Tabanan Bali, jumlah siswa yang terlibat adalah sebanyak 70 orang. Pelatihan membantu siswa dalam merancang, mengembangkan, dan menyempurnakan model bisnis. Pelatihan akan dilaksanakan secara praktis dengan siswa terlibat dalam proyek simulatif untuk meningkatkan keterampilan teknis mereka. Solusi yang diusulkan untuk meningkatkan keterampilan penyusunan laporan bisnis siswa SMK N 1 Tabanan mencakup praktek langsung, analisis data, dan simulasi kasus nyata. Sesi praktek akan memberikan panduan langkah demi langkah dalam menyusun laporan. Melalui pelatihan ini, siswa SMKN 1 Tabanan tidak hanya belajar teori, tetapi juga menerapkan keterampilan praktis dalam merancang bisnis digital. Dengan pendekatan BMC dan strategi pemasaran digital, mereka mendapatkan gambaran komprehensif tentang bagaimana memulai dan mengembangkan bisnis secara efisien di era digital. Hasil dari kegiatan PKM ini adalah menghasilkan 10 buah konten promosi digital dan 10 buah laporan BMC dari berbagai produk seperti makanan tradisional, arak Bali, kopi, buah segar dan fashion yang berhasil dipresentasikan bersama konten promosi digital. Keberhasilan ini mencerminkan efektivitas pelatihan dan pendampingan yang telah diberikan.

Kata Kunci: kewirausahaan; bisnis model canvas; sosial media promosi.

Abstract

This community service program is motivated by the fact that there are still limitations in entrepreneurial learning literacy, as well as the use of technology that is not optimal in the learning process. To provide digital entrepreneurship training to students of SMKN 1 Tabanan. The purpose of this training is to develop students' entrepreneurial skills through a digital-based approach using social media. In its implementation, this training uses Business Model Canvas (BMC) as a strategic tool to help students design a business model integrated with digital marketing. This digital entrepreneurship training was conducted at SMKN 1 Tabanan Bali, the number of students involved was 70 people. The training assists students in designing, developing and refining business models. The training will be implemented practically with students engaging in simulative projects to improve their technical skills. The proposed solution to improve the business report preparation skills of SMK N 1 Tabanan students

includes hands-on practice, data analysis, and real case simulation. The practical sessions will provide step-by-step guidance in preparing the report. Through this training, SMKN 1 Tabanan students not only learn theory, but also apply practical skills in designing a digital business. With the BMC approach and digital marketing strategy, they get a comprehensive overview of how to start and manage a digital business. The result of this PKM activity is to produce 10 pieces of digital promotional content and 10 BMC reports from various products such as traditional food, Balinese arak, coffee, fresh fruit and fashion which are successfully presented along with digital promotional content. This success reflects the effectiveness of the training and mentoring that has been provided.

Keywords : entrepreneurship; business model canvas; social media promotion.

PENDAHULUAN

Berdasarkan data tahun 2025 jumlah murid SMK di Provinsi Bali adalah sebanyak 94.633 siswa, dengan tingkat pengangguran sebesar 2,11 % (BPS, 2024). SMK menjadi penyumbang angka pengangguran tertinggi, dan berbalik dengan tujuannya Dimana SMK menyiapkan lulusan siap kerja, hal ini terjadi akibat ketidaksesuaian antara kemajuan industri dengan pembelajaran di SMK (Kurniawan et al., 2022). Berdasarkan data tersebut diperlukan suatu Upaya nyata untuk mengurangi tingkat pengangguran yaitu dengan adanya Kewirausahaan. Kewirausahaan adalah salah satu penggerak ekonomi yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Hal ini disebabkan oleh peran kewirausahaan yang mampu membuka peluang kerja, menyerap tenaga kerja, mendorong kemandirian serta kreativitas masyarakat, dan memperkuat daya saing (Yanti Anggraini et al., 2021).

Kemajuan teknologi digital yang begitu cepat telah membawa perubahan besar dalam cara pandang terhadap dunia bisnis. Di era digital ini, setiap individu, khususnya generasi muda, dituntut untuk memiliki kemampuan dalam bidang kewirausahaan digital agar dapat bersaing di pasar yang terus berubah. Pemahaman akan digital marketing sangat diperlukan untuk menjalankan suatu bisnis khususnya terkait peningkatan penjualan. Kewirausahaan harus mampu memanfaatkan kemajuan teknologi dan digital saat ini untuk memperoleh keunggulan bersaing (Xuhua et al., 2019). SMK bukan sekadar tempat belajar, tetapi juga merupakan lembaga pendidikan vokasi yang memiliki peran besar dalam membekali generasi muda agar siap terjun ke dunia kerja maupun memulai usaha sendiri. SMKN 1 Tabanan, sebagai salah satu SMK unggulan, yang memiliki jiwa wirausaha yang melaksanakan pembelajaran berbasis teknologi memiliki potensi besar untuk mencetak generasi wirausaha muda yang inovatif. Namun, perlu adanya upaya yang lebih sistematis untuk membekali siswa dengan pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan digital.

Pelatihan kewirausahaan penting dilakukan secara berkelanjutan agar peserta, terutama siswa, bisa mendapatkan keterampilan yang berguna untuk menghadapi dunia bisnis yang terus berubah. Dengan pelatihan ini, mereka diajak untuk belajar meningkatkan daya saing, beradaptasi dengan perubahan pasar, dan merancang strategi pemasaran yang tepat. Harapannya, para siswa dapat tumbuh menjadi individu yang lebih siap dan penuh percaya diri ketika memulai perjalanan mereka di dunia bisnis nantinya (Dwiputranti et al., 2024). Pemasaran Digital adalah cara yang bisa digunakan untuk untuk mempromosikan dan membangun citra produk. Seiring berkembangnya teknologi, pemilik bisnis dapat semakin dimudahkan dalam memahami kebutuhan pelanggan. Cukup dengan mengetik lokasi, pelanggan bisa menemukan produk yang mereka cari dengan cepat, mudah dan efisien (Juliandra et al., 2024).

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak sekolah SMKN 1 Tabanan, diketahui bahwa permasalahan yang dihadapi adalah tentang kurangnya literasi pembelajaran tentang kewirausahaan dan penggunaan teknologi belum maksimal (Yusuf & Melasari, 2022). Akibatnya, lulusan masih sedikitnya lulusan yang menjadi wirausaha atau masih sedikitnya minat siswa untuk menjadi wirausaha. Berdasarkan hal tersebut diperlukan kegiatan merancang ide bisnis atau proyek kewirausahaan dengan alat bantu seperti Business Model Canvas. Selain itu, terbatasnya perangkat dan koneksi internet membuat upaya digitalisasi di sekolah belum bisa berjalan optimal. Oleh karena itu,

sekolah sangat membutuhkan dukungan berupa pelatihan dan pendampingan. Lewat pelatihan ini, para siswa akan dibimbing secara bertahap untuk mengubah ide bisnis mereka menjadi sebuah rencana yang utuh dan terarah. Pelatihan BMC diselenggarakan dalam rangka pengabdian kepada masyarakat, dengan tujuan untuk menumbuhkan semangat kewirausahaan dan membantu pelaku usaha dalam merancang rencana bisnis yang lebih sistematis dan terarah. Seperti yang dilakukan oleh SMA Merlion Surabaya dimana pelatihan tersebut diharapkan untuk menumbuhkan semangat berwirausaha sejak dini untuk mendorong meningkatnya minat kewirausahaan di kalangan generasi muda di masa mendatang (Kurniawan et al., 2022). Pelatihan BMC lainnya juga dilakukan di SMAN 1 Gianyar yang bertujuan untuk membekali setiap siswa dalam mengimplementasikan ide bisnis mereka menggunakan pendekatan yang sesuai dan efektif (Purnama, 2024).

Sebagai sebuah upaya nyata untuk mendukung penguasaan keterampilan ini, pelatihan akan diadakan dengan pendekatan praktis. Para siswa akan dibimbing untuk mengaplikasikan konsep-konsep kewirausahaan yang dipelajari yang dimana nantinya siswa mampu mengembangkan Inovasi dan Kreativitas: Pelatihan kewirausahaan digital mendorong peserta untuk berpikir kreatif dalam menciptakan produk atau layanan yang sesuai dengan kebutuhan pasar modern. Peserta belajar menggunakan teknologi digital untuk inovasi dan BMC yang merupakan alat strategi bisnis modern yang dapat membantu pelaku usaha online dalam mengatasi berbagai tantangan bisnis (Mandamdari & Widjojoko, 2022). Dengan menyediakan gambaran visual yang rinci mengenai komponen-komponen utama dalam sebuah bisnis, BMC memungkinkan pemilik usaha untuk melihat keterkaitan antar elemen bisnis secara menyeluruh. Hal ini membantu dalam mengidentifikasi potensi kesalahan dalam konsep bisnis serta memungkinkan perbaikan yang lebih efektif selama operasional usaha berlangsung (Hutamy et al., 2021).

Tim dosen dari Universitas Primakara melakukan observasi lapangan sebagai bagian dari upaya mewujudkan visi mereka dalam menumbuhkan semangat technopreneurship. Melalui kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dalam bentuk Kelas Kewirausahaan, mereka berupaya menginspirasi siswa-siswi SMKN 1 Tabanan agar lebih percaya diri dalam mengembangkan dan merealisasikan ide bisnis. Salah satu kendala utama yang dihadapi oleh siswa di SMKN 1 Tabanan adalah.

- a. Siswa SMKN 1 Tabanan pemahaman mengenai Business Model Canvas (BMC) khususnya konsep dasar seperti value proposition, customer segments dan revenue stream.
- b. Siswa SMKN 1 tabanan mendapatkan pemahaman tentang sosial media untuk pembuatan konten melalui Instagram dan tiktok.
- c. Siswa SMKN 1 Tabanan memerlukan pengalaman langsung dalam menjalankan usaha, kesulitan menerjemahkan ide bisnis ke dalam struktur BMC yang aplikatif.
- d. Keterbatasan akses terhadap sumber belajar yang interaktif karena didominasi metode ceramah dan buku teks.

Tujuan kegiatan ini juga mendukung pencapaian SDGs ke-4 yaitu meningkatkan pendidikan berkualitas yang setara dan inklusif serta meningkatkan kesempatan pendidikan seumur hidup untuk semua orang. Kelas kewirausahaan digital dirancang untuk mendorong siswa SMA/K agar mampu menciptakan lapangan kerja secara mandiri di masa depan, sekaligus membekali mereka dengan pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan. Melalui pelatihan ini, para siswa SMKN 1 Tabanan tidak hanya mendapatkan pengalaman dalam menyusun laporan bisnis secara sederhana, tetapi juga mulai mengembangkan semangat kewirausahaan dalam diri mereka. Lebih dari sekadar keterampilan teknis, pelatihan ini menjadi jendela bagi para siswa untuk melihat peluang yang bisa mereka raih dengan memahami dan memanfaatkan teknologi secara lebih dalam.

Pengabdian ini bertujuan untuk menjawab permasalahan terkait belum optimalnya sinergi antara visi dan misi SMKN 1 Tabanan, yang menargetkan siswanya agar berprestasi, memiliki jiwa kewirausahaan, menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi, serta beretos kerja tinggi yang dilandasi nilai-nilai karakter bangsa. Saat ini, tantangan utamanya adalah siswa masih belum memiliki jiwa kewirausahaan yang kuat. BMC merupakan salah satu alat yang sering diterapkan dalam pelatihan kewirausahaan karena mampu menyajikan kerangka kerja sistematis dalam merancang dan

mengembangkan model bisnis yang terstruktur dan berkelanjutan khususnya pada kalangan mahasiswa yang merintis *start-up* (Ong, 2023). Kegiatan pelatihan ini bertujuan untuk menggali dan mengoptimalkan potensi lokal guna merumuskan rencana usaha yang mampu melahirkan produk bernilai jual tinggi, memiliki daya saing di pasar, serta mendorong terciptanya inovasi berupa produk atau jenis usaha baru (Wahyuni, 2021). Banyak siswa masih menghadapi tantangan dalam memahami secara praktis cara merancang dan mengembangkan ide bisnis yang relevan, terutama dalam menghadapi dinamika dan ketidakpastian kondisi ekonomi saat ini serta mampu mencari jalan keluar yang terkait dengan kualitas layanan atau mutu produk (Rahayu et al., 2022). Pelatihan selanjutnya adalah pembuatan konten di Instagram dan tiktok dan jenis konten bersifat edukatif maupun promosi produk. Dengan memberikan pelatihan yang fokus pada pelatihan dasar sosial media dan BMC ini, diharapkan siswa dapat lebih siap dalam menghadapi persaingan dalam dunia bisnis yang nantinya dapat menciptakan lapangan pekerjaan. Adapun tujuan diadakannya pelatihan ini bagi SMKN 1 Tabanan adalah:

1. Terdapat permohonan yang datang dari pihak mitra.
2. Mendorong semangat kewirausahaan siswa melalui motivasi yang berkelanjutan.
3. Memberikan Pemahaman tentang sosial media konten dan BMC yang berperan sebagai alat strategis dalam merumuskan gagasan, arah dan strategi pengembangan bisnis.
4. Meningkatkan kapasitas daya saing dan memperkaya pengetahuan siswa SMKN 1 Tabanan terkait dengan bidang kewirausahaan.
5. Memperdalam pengetahuan dan keterampilan siswa dalam pemanfaatan serta penguasaan teknologi.

Lokasi Pelaksanaan PKM dilakukan di SMKN 1 Tabanan, Jl. Diponegoro No.11, Dajan Peken, Kabupaten Tabanan, Bali dan Pelatihan ini berlangsung selama satu hari. Gambar 1 merupakan lokasi pelaksanaan kegiatan di SMKN 1 Tabanan.



Gambar 1. Lokasi Pelaksanaan PKM di SMKN 1 Tabanan

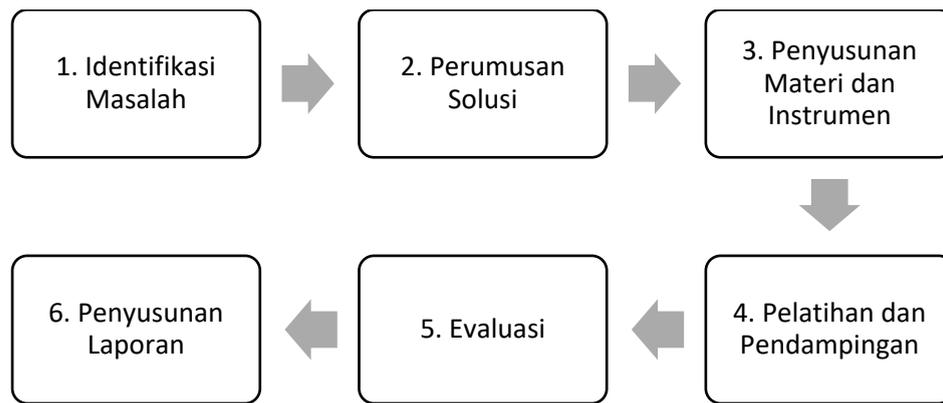
METODE

Penyampaian materi dilakukan melalui metode ceramah, diskusi interaktif, praktik langsung. Serta sesi berbagi pengalaman sebagai penutup dengan siswa di SMKN 1 Tabanan. Gambar 2 merupakan rangkaian tahapan dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

a) Identifikasi Masalah Bersama Mitra

Pada tahap awal, tim melaksanakan survei serta observasi ke SMKN 1 Tabanan. Setelah proses observasi dilakukan, tim kemudian menyampaikannya kepada mitra untuk dibahas bersama dalam sebuah forum diskusi guna menggali dan mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi. Selanjutnya, tim menyusun jadwal kegiatan pelatihan. Pada tahap ini, dilakukan penyusunan rencana materi yang mencakup pemilihan topik yang relevan, penyampaian teori, latihan praktik melalui lembar kerja Business Model Canvas dan , serta penyajian studi kasus guna memperdalam pemahaman siswa secara aplikatif.

- b) Perumusan Solusi atas Permasalahan Mitra melalui kolaborasi.
Setelah perumusan solusi selesai, tahap selanjutnya dengan mencari solusi untuk mengatasi kendala yang ada. Solusi yang dihadirkan berfokus pada membuka wawasan siswa mengenai dunia kewirausahaan di era digital, membantu mereka memahami cara menyusun ide bisnis secara sederhana melalui pendekatan BMC, serta menumbuhkan semangat dan rasa percaya diri agar mereka siap menjadi wirausahawan muda yang mampu mengikuti perkembangan zaman. Dalam proses pendampingan ini, tim juga menyiapkan materi pelatihan yang mudah dipahami dan aplikatif, sehingga mitra dapat menjalankan program dengan lebih nyaman dan terarah.
- c) Penyusunan Materi dan Instrumen yang Mendukung
Tahapan pada proses ini adalah Materi pelatihan pada tahap ini disusun secara interaktif dan diselaraskan dengan kebutuhan mitra, sehingga dapat dipahami dengan mudah oleh para siswa. Pada tahapan ini, materi pelatihan dirancang secara interaktif dan disesuaikan agar mudah dipahami oleh para siswa. Penyusunan materi berfokus pada penguatan pemahaman tentang kewirausahaan di era digital dengan membuat konten di instagram dan tiktok serta pelatihan pembuatan laporan dengan pendekatan BMC. Untuk mendukung kelancaran proses belajar, berbagai alat bantu dan media pendukung juga disiapkan dan memperoleh pengalaman belajar yang maksimal.
- d) Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan dan Pendampingan
Pada proses ini adalah mengadakan sesi pelatihan serta memberikan pendampingan kepada peserta. Kegiatan pelatihan diberikan secara langsung kepada siswa SMKN 1 Tabanan melalui pendekatan:
1. Peningkatan karakter, mentalitas kewirausahaan serta pemahaman penggunaan teknologi digital.
 2. Pelatihan pembuatan konten melalui Instagram dan tiktok.
 3. Pelatihan BMC.
 4. Presentasi konten dan BMC.
- Pada tahap keenam, dilakukan pendampingan bagi siswa SMKN 1 Tabanan dalam setiap langkah penyelesaian permasalahan. Pendampingan ini mencakup peningkatan wawasan mitra terkait kewirausahaan digital serta pengembangan ide bisnis dengan menerapkan BMC.
- e) Evaluasi Program Bersama Mitra
Tahap ketujuh merupakan proses evaluasi komprehensif terhadap jalannya program. Dalam tahap ini, tim pelaksana bersama mitra melakukan refleksi bersama untuk menelaah berbagai aspek pelaksanaan kegiatan, dengan tujuan menilai pencapaian terhadap sasaran yang telah ditetapkan sebelumnya. Evaluasi mencakup jumlah partisipan, ketepatan waktu pelaksanaan, keselarasan antara kegiatan dan perencanaan, serta tingkat kepuasan dan minat peserta terhadap materi yang disampaikan. Tahap selanjutnya adalah mengumpulkan umpan balik dari para peserta pelatihan sebagai bahan masukan berharga, agar pelatihan serupa bisa terus berkembang dan memberi dampak yang lebih baik di masa depan.
- f) Penyusunan Laporan dan Luaran
Tim pelaksana memiliki tanggung jawab untuk mendokumentasikan seluruh rangkaian kegiatan dan hasil yang telah dicapai ke dalam laporan lengkap, yang nantinya akan digunakan sebagai bagian dari pelaporan resmi maupun kebutuhan lainnya. Lebih dari itu, capaian dari program ini juga akan diolah dan dikembangkan menjadi artikel ilmiah, yang diharapkan dapat dipublikasikan dalam jurnal akademik atau prosiding sebagai bentuk kontribusi keilmuan.



Gambar 2. Metode Pelaksanaan PKM di SMKN 1 Tabanan

HASIL DAN PEMBAHASAN

PKM ini bertujuan untuk memberikan pelatihan kepada peserta dalam perancangan ide bisnis menggunakan Business Model Canvas, strategi pemasaran melalui media sosial dan pembuatan konten edukatif untuk mendukung pengembangan bisnis yang kreatif dan berkelanjutan. Melalui pelatihan ini, siswa didorong untuk mengasah keterampilan kewirausahaan mereka, menumbuhkan semangat bersaing secara sehat, serta mampu menciptakan produk yang unggul dan berpotensi membuka lapangan kerja di masa depan. Adapun tujuan utama dari kegiatan ini adalah meningkatkan kapasitas mitra, yang ditandai dengan pemahaman dasar mengenai industri kreatif, penguasaan teknologi digital dan penguasaan konsep BMC, serta kemampuan dalam menyusun laporan bisnis secara ringkas dan jelas.

Kegiatan yang dilaksanakan di SMKN 1 Tabanan dilakukan oleh dosen bersama dua mahasiswa Universitas Primakara. Pengabdian ini berlangsung selama satu hari dengan pendekatan pembelajaran berbasis proyeksi secara *offline* dan sesi pendampingan secara langsung. Acara berlangsung di SMKN 1 Tabanan dan diikuti oleh 70 siswa-siswi. Selama kurang lebih 6 jam, peserta mendapatkan materi yang mencakup pengenalan konsep model bisnis canvas, pemahaman terhadap 9 blok utama dalam model tersebut, serta praktik langsung dalam menyusun model bisnis mereka sendiri. Pelaksanaan kegiatan dimulai dengan sesi motivasi untuk memperkuat semangat kewirausahaan para siswa. Tim pelaksana berusaha menciptakan suasana yang membangkitkan semangat, mendorong keberanian, dan menumbuhkan keinginan dalam diri siswa SMKN 1 Tabanan untuk berwirausaha secara mandiri. Sesi ini menjadi langkah awal yang penting agar para peserta tidak hanya mengikuti pelatihan sebagai paksaan, tetapi benar-benar merasakan dorongan untuk mulai membangun masa depan melalui ide bisnis mereka sendiri. Kegiatan pelatihan dilaksanakan pada tanggal 16 Desember 2024, dengan materi utama seputar BMC. Peserta diajak untuk memahami secara komprehensif sembilan elemen utama dalam BMC, yang meliputi dari *value proposition*, *customer segments*, *channels*, *customer relationships*, *key resources* (, *key activities* , *key partnerships* , *revenue streams* dan *cost structures* (Osterwalder & Pigneur, 2012). Untuk memudahkan pemahaman, pelatihan diawali dengan sesi *brainstorming* yang mengangkat pengalaman dan tantangan nyata yang dihadapi pelaku siswa SMKN 1 Tabanan. Dimana pendekatan ini terbukti efektif membangun kedekatan emosional dengan peserta. Mereka menjadi lebih tertarik, antusias, dan aktif dalam mengikuti sesi demi sesi. Suasana kelas terasa hidup dan penuh interaksi, memungkinkan setiap peserta memahami materi dengan lebih mendalam dan aplikatif.

Gambar 3 merupakan sesi pemateri memandu peserta untuk mengenal lebih dalam elemen-elemen penting dalam Business Model Canvas (BMC). Kegiatan dimulai dengan mengisi bagian pertama, yaitu *value proposition*. Di sini, siswa diajak untuk memikirkan apa yang membuat produk atau jasa mereka memiliki nilai unik yang ditawarkan, yang mampu menjawab kebutuhan atau menyelesaikan masalah nyata di kehidupan sehari-hari. Mereka didorong untuk lebih peka terhadap keinginan konsumen dan menyadari pentingnya menonjolkan keunggulan produk mereka dibandingkan dengan kompetitor.



Gambar 3. Pemateri menjelaskan Social Media Marketing dan BMC

Proses ini bukan hanya sekadar latihan bisnis, tetapi juga latihan untuk lebih memahami empati dalam berwirausaha: bagaimana hadir membawa solusi dan nilai bagi orang lain. *Customer segments* untuk pelaku bisnis adalah mengetahui siapa yang akan memakai barang atau jasa yang mereka tawarkan adalah Langkah pertama yang sangat penting. Salah satu cara utama untuk menjangkau konsumen adalah melalui elemen *channels* atau saluran distribusi. Di era digital seperti sekarang, berbagai saluran online seperti Facebook, Instagram, TikTok, dan WhatsApp menjadi media yang sangat potensial untuk memperkenalkan dan memasarkan produk secara lebih luas dan personal. Selain menyampaikan nilai, menjaga hubungan baik dengan pelanggan juga menjadi bagian tak terpisahkan dalam perjalanan bisnis. Pada elemen *customer relationships*, pelaku bisnis diajak untuk membangun kedekatan yang berkelanjutan dengan konsumennya. Hal ini mencakup strategi untuk menarik pelanggan baru, mempertahankan loyalitas pelanggan yang sudah ada, serta memperkenalkan produk atau layanan baru kepada baik pelanggan lama maupun calon pelanggan. Bagi pelanggan, ekspansi bisnis dapat menjadi peluang bagi perusahaan untuk menghadirkan nilai lebih yang kompetitif dan bermanfaat bagi konsumen (Dwiputranti, 2020). Elemen *customer relationships* (hubungan dengan pelanggan) mencakup aktivitas yang bertujuan untuk menarik pelanggan baru, menjaga loyalitas pelanggan yang sudah ada, serta memperkenalkan produk atau layanan baru kepada kedua kelompok tersebut. (Yuliani et al., 2022). *Key resources* (sumber daya kunci) mencakup aset yang dimiliki seperti fisik (bangunan, peralatan, kendaraan), modal, kekayaan intelektual (merek, paten, database pelanggan), dan sumber daya manusia, yang semuanya berperan penting dalam mendukung operasional bisnis dan mewujudkan nilai yang dijanjikan kepada pelanggan. *Key activities* adalah aktivitas utama yang dilakukan untuk menjalankan operasional dan mengatasi berbagai tantangan bisnis, sementara struktur biaya mencakup seluruh pengeluaran yang diperlukan untuk mendukung model bisnis dan merealisasikan nilai yang ditawarkan kepada pelanggan (Wijaya et al., 2023). Perhitungan biaya dapat dilakukan setelah menetapkan saluran distribusi, sumber daya kunci, aktivitas utama, dan kemitraan strategis yang dibutuhkan dalam menjalankan bisnis.

Gambar 4 adalah pemaparan materi yang dilakukan oleh siswa SMKN 1 Tabanan, dimana peserta dibagi ke dalam 10 kelompok untuk membuat ide bisnis menggunakan BMC. Setekah itu, dilanjutkan dengan sesi kedua dengan materi konten promosi melalui social media biasa menggunakan Instagram maupun tiktok mereka diberi waktu 45 menit untuk membuat konten. Materi kedua dilanjutkan dengan BMC kemudian mempresentasikannya sesuai kelompok. Presentasi ini dilanjutkan dengan sesi diskusi dan masukan dari kelompok lain, termasuk pembahasan tantangan yang dihadapi pelaku usaha dalam menjalankan bisnisnya, siswa sangat antusias mengikuti kedua pelatihan tersebut.



Gambar 4. Pemaparan Bisnis Model Canvas oleh Peserta



Gambar 5. Tim Melakukan Penilaian dan memberikan masukan atas pemaparan siswa

Gambar 5 adalah merupakan dimana pemateri melakukan penilaian dan masukan atas pemaparan siswa, setelah pemaparan dari 10 kelompok, dua kelompok terbaik kemudian dipilih untuk memacu semangat bersaing antar siswa dan mendorong mereka untuk berwirausaha. Tujuan dari pemilihan ini adalah untuk menumbuhkan semangat kewirausahaan yang berfokus pada inovasi dan keunggulan bersaing. Penyusunan BMC dan konten promosi media sosial bertujuan membantu siswa memahami lingkungan usaha dan merancang operasional bisnis. Selama pelatihan, siswa diberikan kebebasan mengeksplorasi ide bisnis, dengan bimbingan dosen Universitas Primakara. Hasilnya, 10 BMC yang mencakup produk tradisional, makanan siap saji, arak Bali, kopi Bali, buah segar dan fashion, dipresentasikan bersama konten promosi media sosial masing-masing produk. Keberhasilan siswa dalam menyusun BMC dan pembuatan konten sosial media ini menunjukkan efektivitas pengajaran dan bimbingan yang diberikan kepada kelompok-kelompok tersebut.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan hasil PKM adalah pelatihan penerapan model BMC dan pembuatan konten promosi media sosial telah menghasilkan ide bisnis baru serta pengembangan produk di SMKN 1 Tabanan, Kabupaten Tabanan. Penggunaan model BMC dan konten media sosial ini akan memberikan keterampilan baru bagi para siswa. Mereka mampu mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan model bisnis, menggali ide-ide inovatif, serta mengembangkan bisnis yang berkelanjutan. Setelah mengikuti pelatihan ini, peserta diharapkan dapat mengembangkan berbagai ide bisnis, membuat konten promosi, menganalisis, dan menyusun laporan bisnis sederhana dengan cara yang lebih efektif dan efisien. Agar hasil dari kegiatan ini lebih maksimal, peserta diharapkan untuk terus mengasah keterampilan mereka secara mandiri. Hambatan pada penelitian ini belum semua siswa dapat mengikuti kegiatan secara maksimal, tingkat partisipasi yang berbeda-beda disebabkan oleh keterbatasan waktu, kurangnya

motivasi, dan kesulitan dalam memahami materi. Hal ini memengaruhi hasil pelatihan di beberapa kelompok. Saran atas kegiatan ini adalah diharapkan adanya pelatihan lanjutan agar kemampuan peserta terus berkembang dan siswa dapat terlibat secara aktif.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kami menyampaikan rasa syukur atas keberhasilan pelaksanaan kegiatan ini, yang tercapai berkat kerjasama antara tim pengabdian masyarakat Universitas Primakara Bali dan pihak SMKN 1 Tabanan, sehingga acara dapat berjalan dengan baik. Terima kasih atas kesempatan yang diberikan, sehingga kerjasama ini dapat terlaksana. Semoga di masa depan kami dapat kembali berpartisipasi dalam kegiatan di SMKN 1 Tabanan.

DAFTAR RUJUKAN

- Dwiputranti, M. I. (2020). Pengembangan Model Bisnis Halal Logistik Transportasi Berbasis Business Model Canvas (BMC). *Jurnal Competitive*, 15(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.36618/competitive.v15i2>
- Dwiputranti, M. I., Putri, I. G. A. P. T., & Muntoha, S. N. (2024). Pelatihan Penyusunan Business Model Canvas bagi Siswa SMKN 1 Mas Ubud untuk Meningkatkan Keterampilan Berwirausaha. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(2), 2793–2800. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i2.3372>
- Hutamy, E. T., Marham, A., Quin, A. N., Alisyahbana, A., Arisah, N., & Hasan, M. (2021). Analisis Penerapan Bisnis Model Canvas pada Usaha Mikro Wirausaha Generasi Z (Analysis of the Canvas Model's Application to Micro-Entrepreneurs of Generation Z). In *Jurnal Bisnis dan Pemasaran Digital (JBPD)* (Vol. 1, Issue 1). <https://doi.org/10.35912/jbpd.v1i1.453>
- Juliandra, G., Isral Gunawan, M., Tanjung, N., Fajar, M., & Nofirda, F. A. (2024). Analisis Digital Marketing untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Pekanbaru. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 5249–5253.
- Kurniawan, F. B., Agustino, & Gunawan, L. (2022). Pelatihan pendidikan Business Model Canvas Bagi Siswa-Siswi Sekolah Merlion, Surabaya. *Jurnal LeECOM (LEVERAGE Engangement Empowerment of Community)*, 4(1), 71–78. <https://doi.org/10.37715/leecom.v4i1.2954>
- Mandamari, A. N., & Widjojoko, T. (2022). Analisis Business Model Canvas (BMC) pada UMKM Almeidah Desa Sirawak, Kecamatan Karangreja, Kabupaten Purbalingga. *Tax and Business Journal*, 121(2), 121–129.
- Ong, L. (2023). Penguatan Kewirausahaan melalui Pengenalan Business Model Canvas. *JSCD (Journal Of Sustainable Community Development)*, 5(1).
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2012). *Business Model Generation*. PT.Elex Media komputindo.
- Purnama, N. (2024). Pelatihan Business Model Canvas Bagi Siswa SMAN 1 Gianyar Dalam Membangun Bisnis di Usia Dini. *Jubaedah: Jurnal Pengabdian dan Edukasi Sekolah*, 214–220. <https://doi.org/10.46306/jub.v4i1>
- Rahayu, V. P., Astuti, R. F., Mustangin, M., & Sandy, A. T. (2022). Analisis SWOT dan Business Model Canvas (BMC) Sebagai Solusi dalam Menentukan Strategi Pengembangan Usaha Kuliner. *International Journal of Community Service Learning*, 6(1), 112–121. <https://doi.org/10.23887/ijcs.v6i1.40965>
- Wahyuni, S. (2021). Strategi Business Model Canvas (BMC) Bagi Pelaku Usahasamarinda Dalam Upaya Pengembangan brand dan Digitalisasi Produk. *Jurnal Pustaka Mitra*, 1(2), 81–86. <https://jurnal.pustakagalerimandiri.co.id/index.php/pustakamitra/article/view/13/22>
- Wijaya, F., Muttaqin, R., & Siddiq, A. M. (2023). Desain Business Model Canvas (BMC) pada kelompok Keramba Bambu di Kota Bandung. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 309. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v6i2.42504>
- Xuhua, H., Elikem, O. C., Akaba, S., & Brown, D. W. (2019). Effects of business-to-business e-commerce adoption on competitive advantage of small and medium-sized manufacturing enterprises. *Economics and Sociology*, 12(1), 80–99. <https://doi.org/10.14254/2071-789X.2019/12-1/4>

-
- Yanti Anggraini, R. Dewi Mutia, Rizky Wahyu Hadiyana, & Djoko Subali. (2021). Pendampingan Kewirausahaan Berbasis Digital Dan Penggunaan Bahasa Inggris Untuk Pelaku Usaha Pemula. *BEMAS: Jurnal Bermasyarakat*, 2(1), 35–42. <https://doi.org/10.37373/bemas.v2i1.127>
- Yuliani, N., Tunafiah, H., Andriani, J., Sampurnaningsih, R., & Erawati, D. (2022). *Analisis Penerapan Strategi Business Model Canvas (BMC) Pada Komunitas Kuliner STII-OK OCE Untuk Tumbuh Dan Bangkit Lebih Kuat Di Era Digitalisasi*. <https://doi.org/https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v5i3.2450>
- Yusuf, E., & Melasari, P. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Pada Generasi Milenial Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Muhammadiyah Bengkulu. *Jurnal Multidisiplin Dehasen*, 1(4), 513–518.