

## **PELATIHAN PENYUSUNAN RENCANA BISNIS BERBASIS STRATEGI PEMASARAN SISWA SMK PAWYATAN DAHA 2 KEDIRI**

**Widyatmoko<sup>1</sup>, Ichwan Setiarso<sup>2</sup>, Tri Esti Rahayuningtyas<sup>1</sup>, Mahadika Pradipta Himawan<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Dian Nuswantoro

<sup>2</sup>Prodi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro

Jl. Penanggungan No. 41A Kota Kediri, Indonesia

widyatmoko@dsn.dinus.ac.id\*, ichwan.setiarso@dsn.dinus.ac.id, tri.esti.rahayuningtyas@dsn.dinus.ac.id,

mahadika.pradipta@dsn.dinus.ac.id

(\*) Corresponding Author



Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi-NonKomersial 4.0 Internasional.

### **Abstract**

*This community service program aims to enhance the entrepreneurial competencies of students at SMK Pawyatan Daha 2 Kediri City through training in business plan development based on marketing strategies. The main problem faced by partners is students' limited understanding of how to develop comprehensive business plan components, such as market analysis, and their lack of ability to utilize information technology for digital marketing. The scope of the program includes identifying problems in business management and product marketing, developing structured business plans, and implementing digital marketing strategies using information technology. The methods employed consist of interactive training sessions, simulations, group discussions, mentoring, and business pitch presentations. Data were collected through preliminary observations, discussions with school representatives, and evaluation of students' business plan documents as well as their digital marketing practices. The results indicate that more than 80% of participants understood the stages of business plan preparation, and approximately 70% were able to produce complete and presentation-ready business plan documents. Furthermore, over 80% of students successfully created digital promotional accounts and uploaded marketing content via social media platforms. The implementation of science and technology tools such as the Business Model Canvas (BMC), Canva, and Artificial Intelligence (AI) contributed to improved creativity, business planning effectiveness, and branding and product promotion skills. In conclusion, business plan training based on marketing strategies effectively fosters an entrepreneurial mindset, strengthens managerial and marketing skills, and prepares students to become independent and competitive young entrepreneurs.*

**Keywords:** *business model canvas; business plan; marketing strategy; students entrepreneurship.*

### **Abstrak**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi kewirausahaan siswa SMK Pawyatan Daha 2 Kota Kediri melalui pelatihan penyusunan rencana bisnis berbasis strategi pemasaran. Permasalahan utama yang dihadapi mitra adalah keterbatasan pemahaman siswa dalam menyusun komponen business plan secara komprehensif misalnya analisis pasar serta kurangnya kemampuan dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk pemasaran digital. Ruang lingkup kegiatan meliputi identifikasi permasalahan manajemen usaha dan pemasaran produk, penyusunan business plan, serta penerapan pemasaran digital berbasis teknologi informasi. Metode yang digunakan adalah pelatihan interaktif, simulasi, diskusi kelompok, pendampingan, dan presentasi ide bisnis (*business pitch*). Data diperoleh melalui observasi awal, diskusi dengan pihak sekolah, serta evaluasi hasil dokumen rencana bisnis dan praktik pemasaran digital siswa. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa lebih dari 80% peserta memahami tahapan penyusunan business plan, dan sekitar 70% mampu menghasilkan dokumen rencana bisnis yang lengkap dan layak dipresentasikan. Selain itu, lebih dari 80% siswa mampu membuat akun promosi digital dan mengunggah konten pemasaran melalui media sosial. Implementasi IPTEK seperti *Business Model Canvas* (BMC), Canva, dan *Artificial Intelligence* (AI) mendukung peningkatan kreativitas, efektivitas perencanaan usaha, serta kemampuan branding dan promosi produk. Kesimpulan dari kegiatan

ini adalah pelatihan rencana bisnis berbasis strategi pemasaran efektif dalam menumbuhkan entrepreneurial mindset, meningkatkan keterampilan manajerial dan pemasaran siswa, serta mendorong kesiapan mereka menjadi calon pengusaha muda yang mandiri dan berdaya saing.

**Kata kunci:** *business model canvas*; rencana bisnis; strategi pemasaran; kewirausahaan mahasiswa.

## PENDAHULUAN

Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) memiliki peran strategis dalam menyiapkan lulusan yang kompeten, terampil, dan siap menghadapi dinamika dunia kerja maupun dunia usaha. Dalam konteks pendidikan vokasi, lulusan SMK tidak hanya dituntut menjadi pencari kerja (*job seeker*), tetapi juga diharapkan mampu menjadi pencipta lapangan kerja (*job creator*) melalui penguasaan keterampilan kewirausahaan yang aplikatif. [1]. Namun demikian, realitas di lapangan menunjukkan bahwa pembelajaran kewirausahaan di sekolah masih cenderung berfokus pada aspek teoretis dan belum sepenuhnya memberikan pengalaman praktik yang terstruktur dalam merancang dan mengelola usaha. Kondisi ini juga ditemukan pada siswa SMK Pawiyatan Daha 2 Kota Kediri, di mana sebagian besar siswa memiliki minat yang cukup tinggi terhadap dunia bisnis, tetapi belum memiliki kemampuan yang memadai dalam menyusun rencana bisnis (*business plan*) secara sistematis serta merancang strategi pemasaran yang efektif, khususnya berbasis digital [2].

Permasalahan yang dihadapi mitra meliputi keterbatasan pemahaman dalam menyusun komponen *business plan* seperti analisis pasar, analisis SWOT, proyeksi keuangan, dan manajemen risiko. Selain itu, kemampuan siswa dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk pemasaran produk juga masih terbatas [3]. Padahal, dalam transformasi digital, pemanfaatan sosial media dan platform digital merupakan kunci utama dalam keberhasilan berusaha. Kurangnya pendampingan berbasis praktik menyebabkan ide-ide bisnis siswa belum berkembang menjadi rencana usaha yang realistis dan layak implementasi. Akibatnya, potensi kewirausahaan yang dimiliki siswa belum tergarap secara optimal dan kecenderungan untuk menjadi pencari kerja setelah lulus masih cukup tinggi.

Berbagai kajian menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan berbasis praktik memiliki dampak positif terhadap peningkatan minat dan kesiapan berwirausaha siswa. Novita dkk. menyatakan bahwa penerapan *Project Based Learning* pada elemen kewirausahaan di SMK mampu meningkatkan pemahaman siswa terhadap proses bisnis secara lebih kontekstual dan aplikatif [4]. Selanjutnya, [5] menegaskan bahwa pelatihan

penyusunan *business plan* efektif dalam meningkatkan keterampilan perencanaan usaha siswa SMK, terutama dalam aspek analisis peluang dan perencanaan keuangan. Sementara itu, [6] menemukan bahwa pendampingan digital marketing mampu meningkatkan kemampuan promosi berbasis teknologi informasi serta memperluas jangkauan pasar pelaku usaha. Temuan-temuan tersebut memperkuat pentingnya integrasi pelatihan rencana bisnis dan strategi pemasaran digital dalam pembelajaran kewirausahaan di SMK.

Berdasarkan latar belakang tersebut, tujuan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan kompetensi siswa dalam menyusun rencana bisnis yang terstruktur dan layak implementasi, meningkatkan kemampuan merancang strategi pemasaran konvensional maupun digital, serta menumbuhkan *entrepreneurial mindset* yang kreatif, inovatif, dan berdaya saing [7]. Kegiatan ini diharapkan mampu menghasilkan dampak konkret, khususnya dalam meningkatkan kemampuan siswa di bidang manajemen dan strategi pemasaran, penguatan ekosistem kewirausahaan di lingkungan sekolah, serta dukungan terhadap peningkatan kualitas lulusan pendidikan vokasi.

Pengabdian ini dilaksanakan sebagai respons atas kebutuhan riil mitra dalam menjembatani kesenjangan antara teori dan praktik kewirausahaan. Melalui pelatihan penyusunan *business plan* berbasis strategi pemasaran dan pemanfaatan teknologi informasi [8], siswa diharapkan mampu mengembangkan ide bisnis menjadi rencana usaha yang sistematis dan siap direalisasikan. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya berkontribusi pada peningkatan kompetensi individu siswa, tetapi juga mendukung terciptanya generasi muda yang mandiri secara ekonomi dan siap menghadapi tantangan persaingan global di era digital.

Pengabdian ini diharapkan tidak hanya menjadi program pelatihan yang bersifat temporer, tetapi mampu memberikan dampak berkelanjutan dalam membangun budaya kewirausahaan di lingkungan sekolah. Melalui pendampingan yang terstruktur dan pemanfaatan teknologi informasi dalam penyusunan *business plan* serta strategi pemasaran digital, siswa diharapkan semakin percaya diri dalam mengembangkan ide bisnis menjadi peluang usaha nyata. Ke depan, kegiatan ini

diharapkan dapat menjadi model kolaborasi antara perguruan tinggi dan sekolah menengah kejuruan dalam penguatan kompetensi kewirausahaan berbasis praktik, sehingga lahir generasi muda yang adaptif, inovatif, serta mampu berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi lokal maupun nasional [9].

Meskipun berbagai penelitian sebelumnya telah menunjukkan efektivitas pembelajaran kewirausahaan berbasis praktik, sebagian besar masih berfokus pada penerapan metode pembelajaran secara parsial, seperti Project Based Learning atau pelatihan business plan secara terpisah dari strategi pemasaran digital. Kebaruan (*novelty*) dalam kegiatan pengabdian ini terletak pada integrasi antara penyusunan business plan yang sistematis dengan strategi pemasaran berbasis digital dalam satu rangkaian pelatihan yang komprehensif dan aplikatif. Selain itu, kegiatan ini juga mengadopsi pemanfaatan teknologi terkini seperti Business Model Canvas (BMC), Canva, dan Artificial Intelligence (AI) sebagai alat bantu dalam meningkatkan kreativitas, efektivitas perencanaan, serta kemampuan branding siswa. Pendekatan terpadu ini diharapkan mampu memberikan pengalaman belajar yang lebih kontekstual dan relevan dengan kebutuhan dunia usaha di era digital, sekaligus menjawab kesenjangan antara teori dan praktik kewirausahaan di lingkungan SMK.

Pengabdian ini dilaksanakan menggunakan metode pelatihan partisipatif berbasis praktik melalui ceramah interaktif, simulasi, diskusi kelompok, pendampingan, serta evaluasi pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan kompetensi siswa.

Berdasarkan uraian latar belakang dan kajian pustaka tersebut, hipotesis dalam kegiatan pengabdian ini adalah bahwa pelatihan penyusunan rencana bisnis berbasis strategi pemasaran yang terintegrasi dengan pemanfaatan teknologi informasi secara signifikan dapat meningkatkan kompetensi kewirausahaan siswa, baik dalam aspek penyusunan business plan, kemampuan pemasaran digital, maupun pembentukan *entrepreneurial mindset*. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada pemahaman penyusunan business plan dan pemasaran digital, yang ditandai dengan kenaikan skor evaluasi serta mayoritas kelompok mampu menghasilkan dokumen rencana bisnis yang layak presentasi.

## METODE PENGABDIAN MASYARAKAT

Metode pengabdian kepada masyarakat ini dirancang secara partisipatif dan aplikatif untuk

menjawab permasalahan utama mitra, yaitu keterbatasan dalam penyusunan *business plan* dan strategi pemasaran digital. Kegiatan dilaksanakan dalam bentuk pelatihan terstruktur yang melibatkan siswa SMK Pawyatan Daha 2 Kota Kediri sebagai peserta utama, dengan pendekatan kombinasi teori dan praktik. Pelaksanaan kegiatan dilakukan dalam beberapa tahapan sistematis sebagai berikut.



Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2026)

Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Pengabdian

## Tahap Analisis Kebutuhan dan Perencanaan

Tahap awal dilakukan melalui observasi lapangan dan diskusi terarah (*focus group discussion*) dengan pihak sekolah untuk mengidentifikasi kebutuhan prioritas dalam bidang manajemen usaha dan pemasaran produk. Analisis kebutuhan dilakukan secara kualitatif dengan mengkaji tingkat pemahaman awal siswa terhadap penyusunan *business plan* dan pemasaran digital. Hasil analisis menjadi dasar penyusunan modul pelatihan, materi presentasi, serta rancangan praktik. Pada tahap ini juga ditentukan indikator capaian, yaitu  $\geq 80\%$  peserta memahami tahapan penyusunan *business plan* dan  $\geq 70\%$  peserta mampu menghasilkan dokumen rencana bisnis yang layak presentasi.

## Tahap Pelaksanaan Pelatihan Teoretis

Metode pelatihan teori dilakukan melalui ceramah interaktif, tanya jawab, dan diskusi kelompok. Materi yang disampaikan meliputi konsep kewirausahaan modern, identifikasi peluang usaha, analisis SWOT, penyusunan komponen *business plan*, serta dasar-dasar strategi pemasaran dan branding produk. Penyampaian materi dilakukan menggunakan media presentasi dan modul tertulis dengan durasi  $\pm 2-3$  jam per sesi. Untuk metode yang sudah mapan seperti pelatihan kewirausahaan berbasis praktik dan pendampingan pemasaran digital, pendekatan merujuk pada model implementasi pendidikan kewirausahaan

sebagaimana dijelaskan dalam [10], yang menekankan integrasi teori dan praktik dalam menumbuhkan minat berwirausaha.

### Tahap Praktek dan Simulasi

Tahap ini merupakan inti kegiatan pengabdian. Metode yang digunakan meliputi percobaan, belajar kasus, diskusi kelompok, *Question and Answer*, serta tugas dan latihan. Peserta dibagi dalam beberapa kelompok kecil (7-8 siswa per kelompok) untuk menyusun *business plan* berbasis *Business Model Canvas* (BMC) berukuran A3. Setiap kelompok diminta mengidentifikasi segmen pasar, nilai tambah produk, saluran distribusi, struktur biaya, dan proyeksi pendapatan.

Selanjutnya, pada sesi pemasaran digital, siswa melakukan praktik langsung membuat akun promosi menggunakan platform media sosial (*Instagram, TikTok, dan WhatsApp Business*), mendesain konten menggunakan Canva, serta menyusun caption promosi dengan bantuan teknologi Artificial Intelligence (AI). Setiap kelompok diwajibkan menghasilkan minimal satu dokumen *business plan* lengkap dan dua konten promosi digital sebagai output praktik.

Metode baru dalam kegiatan ini adalah integrasi penggunaan AI sebagai alat bantu penyusunan ide bisnis dan pembuatan konten pemasaran. Prosedur pelaksanaannya meliputi: siswa memasukkan deskripsi produk atau ide usaha ke dalam platform AI berbasis teks; AI menghasilkan draft deskripsi produk, analisis sederhana, atau ide promosi; hasil tersebut disempurnakan dan disesuaikan kembali oleh siswa; serta konten akhir dipublikasikan melalui media sosial [11]. Langkah-langkah ini dijelaskan secara sistematis dalam modul agar dapat direplikasi oleh pelaksana pengabdian lain.

### Tahap Evaluasi dan Analisis Data

Evaluasi dilakukan melalui penilaian dokumen *business plan*, observasi partisipasi siswa, serta penilaian praktik pemasaran digital. Analisis data dilakukan secara deskriptif kuantitatif dengan menghitung persentase ketercapaian indikator keberhasilan, misalnya persentase siswa yang mampu menyusun rencana bisnis lengkap dan membuat akun promosi digital. Selain itu, dilakukan analisis kualitatif terhadap kualitas ide bisnis dan kreativitas konten promosi.

### Tahap Presentasi dan Refleksi

Sebagai tahap akhir, setiap kelompok mempresentasikan hasil *business plan* dalam sesi *business pitch* selama  $\pm 10$  menit per kelompok. Tim pengabdian memberikan umpan balik dan

rekomendasi perbaikan. Tahap refleksi dilakukan untuk mengevaluasi kelebihan dan kekurangan pelaksanaan program serta merumuskan tindak lanjut.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Aktivitas pengabdian kepada masyarakat dengan topik "Pelatihan Penyusunan Rencana Bisnis Berbasis Strategi Pemasaran bagi Siswa SMK Pawyatan Daha 2 Kota Kediri" telah dilaksanakan pada bulan Pebruari 2026. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi siswa dalam menyusun *business plan* yang sistematis serta mengimplementasikan strategi pemasaran digital berbasis teknologi informasi. Peserta yang mengikuti pelatihan berjumlah 65 siswa dari Program Keahlian Akuntansi dan Keuangan Lembaga (AKL), Bisnis Digital (BD) dan Manajemen Perkantoran dan Layanan Bisnis (MPLB). Gambar 2 adalah pelaksanaan kegiatan.



Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2026)

Gambar 2. Dokumentasi Siswa dan Guru

Pemaparan materi disampaikan oleh dosen Program Studi S1 Manajemen Universitas Dian Nuswantoro Kediri yang bertindak sebagai tim pengabdian. Materi diawali dengan pengenalan konsep kewirausahaan modern dan pentingnya perencanaan usaha, dilanjutkan dengan penjelasan komponen *business plan* meliputi analisis pasar, analisis SWOT, struktur organisasi, proyeksi keuangan, serta strategi pemasaran. Pada sesi

berikutnya dilakukan demonstrasi penggunaan *Business Model Canvas* (BMC) sebagai alat visual pemetaan model bisnis, serta praktik pembuatan konten promosi menggunakan Canva dan pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) untuk penyusunan deskripsi produk dan ide pemasaran [12] (lihat Gambar 3 dan Gambar 4)..



Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2026)

Gambar 3. Forum Sosialisasi Kepada Siswa



Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2026)

Gambar 4. Forum Diskusi dengan Siswa

Selama kegiatan berlangsung, siswa menunjukkan partisipasi aktif melalui diskusi dan tanya jawab. Antusiasme peserta terlihat dari keterlibatan dalam sesi diskusi penyusunan *business plan*. Seluruh kegiatan didukung oleh fasilitas koneksi internet yang memadai sehingga proses praktik berjalan lancar tanpa kendala teknis yang berarti. Setiap kelompok menghasilkan satu dokumen *business plan* lengkap serta minimal dua konten promosi digital yang dipublikasikan melalui media sosial. Dari 8 kelompok yang terbentuk, 7 kelompok (87,5%) mampu menyusun dokumen rencana bisnis dengan kelengkapan komponen yang memenuhi kriteria, dan 6 kelompok (75%) menghasilkan rencana usaha yang dinilai layak dipresentasikan dalam sesi *business pitch*.

### Hasil Tahap Analisis Awal

Berdasarkan observasi dan pre-assessment awal menggunakan instrumen skala Likert (1–5), diperoleh data tingkat pemahaman awal siswa terhadap penyusunan *business plan* dan pemasaran digital sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Tingkat Pemahaman Awal (*Pre-Test*)

Aspek yang Dinilai	Skor Rata-rata (1–5)	Kategori
Pemahaman komponen <i>business plan</i>	2,4	Rendah
Analisis pasar dan SWOT	2,3	Rendah
Penyusunan proyeksi keuangan	2,1	Rendah
Strategi pemasaran digital	2,5	Rendah

Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2026)

Berdasarkan Tabel 1 dapat digambarkan untuk seluruh aspek berada pada kategori rendah (skor <3), yang mengindikasikan perlunya intervensi pelatihan secara komprehensif.

### Hasil Pelatihan Penyusunan *Business Plan*

Setelah pelaksanaan sesi teori dan praktikum, setiap kelompok (7-8 siswa) menghasilkan satu dokumen *business plan* berbasis *Business Model Canvas* (BMC) dan format rencana usaha lengkap. Total dokumen yang dihasilkan sebanyak 8 dokumen rencana bisnis. Evaluasi dokumen dilakukan menggunakan rubrik penilaian yang mencakup kelengkapan komponen, konsistensi analisis, dan kelayakan usaha. Hasil evaluasi ditunjukkan pada Tabel 2. Berdasarkan hasil yang diperoleh, sebanyak 7 dari 8 kelompok (87,5%) memenuhi kelengkapan komponen minimal, dan 6 kelompok (75%) menghasilkan rencana bisnis yang layak dipresentasikan.

Tabel 2. Hasil Evaluasi Dokumen *Business Plan*

Kriteria Penilaian	Persentase Kelompok Memenuhi Kriteria
Kelengkapan komponen ( $\geq 8$ elemen)	87,50%
Analisis pasar dan SWOT relevan	75,00%
Proyeksi keuangan realistis	72,00%
Kelayakan presentasi	75,00%

Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2026)

### Hasil *Post-Test* dan Tingkat Keberhasilan

Penilaian akhir dilakukan melalui *post-test* dengan menggunakan instrumen yang sama seperti pada *pre-test*. Hasil evaluasi tersebut disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Perbandingan Skor *Pre-Test* dan *Post-Test*

Aspek	Skor Awal	Skor Akhir	Peningkatan
Business plan	2,4	4,1	1,7
Analisis pasar	2,3	4	1,7
Proyeksi keuangan	2,1	3,8	1,7
Pemasaran digital	2,5	4,2	1,7

Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2026)

Rata-rata peningkatan skor sebesar 1,7 poin menunjukkan adanya peningkatan pemahaman yang signifikan setelah pelatihan. Tingkat keberhasilan program berdasarkan indikator capaian ( $\geq 80\%$  pemahaman dan  $\geq 70\%$  dokumen layak) tercapai sesuai target.

Dalam pelaksanaan kegiatan, setiap siswa dibekali dengan modul digital sebagai panduan instruksional. Metode yang digunakan adalah penjelasan materi secara sinkronus yang diikuti dengan *hands-on practice* (praktik langsung) yang didampingi oleh tim mahasiswa pengabdian. Modul yang disampaikan mencakup: cara melakukan riset pasar menggunakan AI; teknik penyusunan copywriting iklan; pembuatan desain produk otomatis; serta strategi pemasaran melalui media sosial [13]. Visualisasi modul pelatihan seperti yang disampaikan di Gambar 5 berikut ini.



Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2026)  
 Gambar 5. Modul Pengabdian Tematik

Hasil pelaksanaan menunjukkan adanya peningkatan kompetensi siswa dalam penyusunan *business plan* dan pemasaran digital. Kenaikan skor rata-rata dari kategori rendah ( $\leq 2,5$ ) menjadi kategori tinggi ( $\geq 4,0$ ) menunjukkan efektivitas metode pelatihan kombinasi teori dan praktik.

Keberhasilan penyusunan dokumen rencana bisnis oleh 87,5% kelompok menunjukkan bahwa pendekatan berbasis *Business Model Canvas* mempermudah siswa dalam memetakan model usaha secara visual dan sistematis. Selain itu, praktik langsung pembuatan akun dan konten promosi digital menghasilkan tingkat ketercapaian di atas 80%, yang mengindikasikan bahwa integrasi teknologi informasi dan AI mendukung peningkatan keterampilan pemasaran siswa.

Hasil kegiatan ini sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa pendekatan pembelajaran kewirausahaan berbasis praktik mampu meningkatkan pemahaman dan keterampilan siswa secara signifikan. Peningkatan skor rata-rata sebesar 1,7 poin dalam kegiatan ini memperkuat hasil penelitian Novita dkk. [4] yang menyatakan bahwa penerapan Project Based Learning dapat meningkatkan pemahaman proses bisnis secara kontekstual. Namun demikian, kegiatan pengabdian ini menunjukkan capaian yang lebih komprehensif karena tidak hanya berfokus pada proses pembelajaran berbasis proyek, tetapi juga mengintegrasikan penyusunan *business plan* dengan strategi pemasaran digital secara simultan.

Selain itu, tingkat keberhasilan sebesar 87,5% dalam penyusunan dokumen *business plan* yang memenuhi kriteria menunjukkan hasil yang konsisten dengan penelitian sebelumnya [5] yang menegaskan efektivitas pelatihan *business plan* dalam meningkatkan kemampuan perencanaan usaha siswa. Perbedaannya terletak pada penggunaan pendekatan berbasis teknologi seperti *Business Model Canvas* (BMC), Canva, dan Artificial Intelligence (AI) yang dalam kegiatan ini terbukti mampu meningkatkan kreativitas dan efisiensi proses penyusunan rencana usaha.

Lebih lanjut, capaian lebih dari 80% dalam keterampilan pemasaran digital juga memperkuat hasil penelitian [6] yang menyatakan bahwa pendampingan digital marketing dapat meningkatkan kemampuan promosi berbasis teknologi. Namun, dalam kegiatan ini terdapat nilai tambah berupa integrasi langsung antara perencanaan usaha dan implementasi pemasaran digital, sehingga siswa tidak hanya memahami konsep, tetapi juga mampu mengaplikasikannya secara nyata dalam bentuk konten promosi dan publikasi di media sosial.

Dengan demikian, dibandingkan dengan penelitian sebelumnya, kegiatan pengabdian ini menunjukkan keunggulan pada pendekatan yang lebih terintegrasi, aplikatif, dan berbasis teknologi, sehingga memberikan dampak yang lebih komprehensif terhadap peningkatan kompetensi kewirausahaan siswa.

Meskipun demikian, masih terdapat beberapa kelompok yang perlu pendampingan lanjutan terutama dalam penyusunan proyeksi keuangan dan konsistensi branding produk. Hal ini menunjukkan bahwa aspek manajemen finansial dan identitas merek memerlukan penguatan lebih lanjut dalam program berikutnya [14].

Secara umum, kegiatan pengabdian ini berhasil menjawab kebutuhan mitra dalam meningkatkan keterampilan penyusunan rencana bisnis dan strategi pemasaran digital [15]. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa model pelatihan berbasis praktik dan teknologi dapat menjadi alternatif pendekatan efektif dalam penguatan kewirausahaan di lingkungan SMK.

## KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan penyusunan *business plan* berbasis strategi pemasaran telah berhasil menjawab permasalahan mitra terkait rendahnya kemampuan siswa dalam menyusun rencana usaha secara sistematis dan merancang strategi pemasaran digital. Pelaksanaan kegiatan tersebut menunjukkan bahwa tingkat pemahaman dan kemampuan siswa mengalami peningkatan yang ditandai dengan kenaikan skor evaluasi dari kategori rendah menjadi tinggi, mayoritas kelompok mampu menyusun dokumen rencana bisnis yang lengkap dan layak presentasi, serta sebagian besar peserta berhasil membuat dan mengelola akun promosi digital beserta konten pemasarannya.

Program ini membuktikan bahwa metode pelatihan kombinasi teori dan praktik, yang dilengkapi dengan penggunaan *Business Model Canvas*, media desain digital, dan pemanfaatan teknologi berbasis AI, dapat diterapkan secara efektif dalam meningkatkan kompetensi kewirausahaan siswa SMK. Implikasi dari kegiatan ini adalah terbukanya peluang bagi sekolah untuk mengintegrasikan model pelatihan serupa ke dalam kegiatan pembelajaran rutin atau program kewirausahaan berbasis proyek.

Secara aplikatif, hasil pengabdian ini dapat direplikasi di sekolah kejuruan lain dengan karakteristik serupa untuk memperkuat ekosistem kewirausahaan di lingkungan pendidikan vokasi.

Untuk pengabdian selanjutnya, disarankan adanya pendampingan lanjutan yang berfokus pada implementasi nyata usaha siswa, penguatan aspek manajemen keuangan, serta monitoring perkembangan bisnis secara berkelanjutan agar dampak program dapat lebih berkesinambungan.

#### UCAPAN TERIMAKASIH

Dosen pengabdian mengucapkan apresiasi yang setinggi-tingginya kepada LPPM Universitas Dian Nuswantoro atas dukungan berupa pendanaan, fasilitas, serta bimbingan yang telah diberikan sehingga program ini dapat berjalan dengan efektif dan lancar. Tim pengabdian juga berterima kasih kepada pihak SMK Pawyatan Daha 2 Kota Kediri yang telah memberikan izin, dukungan sarana dan prasarana, serta partisipasi aktif siswa dalam seluruh rangkaian kegiatan. Dukungan dan kerja sama dari berbagai pihak tersebut sangat berkontribusi terhadap keberhasilan pelaksanaan program pengabdian ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. P. Aisyah and E. Fawwaza, "Pengembangan usaha kembang sebagai media pembelajaran kewirausahaan di kalangan mahasiswa," *Technoogy. Business Entrepreneur*, Vol. 3, No. 1, pp. 219-227, 2025.
- [2] K. Khalilah, S. Agoes, Y. Rahman, A. Muliana, and A. N. Faidah, "Sosialisasi Penyusunan Business Plan Sebagai Upaya Meningkatkan Literasi Kewirausahaan Generasi Muda," *Damhil : Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, Vol. 4, No. 1, pp. 154-160, 2025.
- [3] C. Aiken *et al.*, "Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pengembangan Startup Aplikasi Belajar Kanvas," *Technoogy. Business Entrepreneur*, Vol. 2, No. 1, pp. 46-64, 2024.
- [4] N. E. Sari, Y. R. Wirawan, R. Krisyulinda, E. S. Maruti, and B. Sholeh, "Penerapan Project Based Learning dengan Pendekatan Kontekstual untuk Meningkatkan Hasil Belajar Prakarya dan Kewirausahaan," *Jurnal Education*, Vol. 5, No. 2, pp. 4130-4135, 2023.
- [5] N. W. Utami and E. Muntina, "Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Bisnis dalam Program Kelas Kewirausahaan Inovatif bagi Siswa di SMA Negeri 1 Gianyar," *Jurnal AJAD*, Vol. 4, No. 2, pp. 338-344, 2024, doi: 10.59431/ajad.v4i2.345.
- [6] D. A. Sabila, E. A. Repo, M. F. Hansdiono, and N. Sari, "Pelatihan Digital Marketing Dan

- Branding Produk Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing UMKM Di Era Perkembangan Teknologi Maju," *Jurnal Pengabdian Kpd. Masy. Indonesia*, Vol. 5, No.2, pp. 378-385, 2025.
- [7] P. Harummi, B. Wijawa, and L. P. Pagan, "Pengaruh Mindset Digital Entrepreneur terhadap Kreativitas Siswa Dalam Proyek STEM," *Bersatu Jurnal Pendidik. Bhinneka Tunggal Ika*, Vol. 3, No. 5, pp. 26-37, 2025.
- [8] I. Zahari. Widyatmoko, Umam Choerul, "Strategi Pemasaran Berbasis Teknologi Informasi Bagi Ibu-Ibu Pkk Desa Bendo Kecamatan Pare," *Jurnal Abdimas Ilmiah Citra Bakti*, Vol. 5, No. 4, pp. 1042-1051, 2024.
- [9] D. Novita, M. Kharnolis, I. Arum, T. Rahayu, and P. Mayasari, "Penerapan Project Based Learning Pada Elemen Kewirausahaan untuk Meningkatkan Hasil Belajar pada Siswa Kelas XI Tata Busana SMKN 1 Jabon," *Jurnal Pendidik. Tambusai*, Vol. 8, No.1, pp. 11956-11960, 2024.
- [10] I. Shofwan, R. A. Febrianto, and A. Munib, "Strategi Pembelajaran Kewirausahaan dalam Pemasaran Digital bagi UMKM melalui Platform TikTok dan Shopee," *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, Vol. 4, No. 1, pp. 6656-6663, 2025.
- [11] I. Menuju, T. Digital, A. Anggita, and K. Sunowo, Strategi Pemasaran Bebasis AI. Purbalingga: *Eureka Media Aksara*, Cetakan Pertama, 2025.
- [12] L. Handajani, L. H. Husnan, and A. Sokarina, "Edukasi dan Pelatihan Penyusunan Business Model Canvas ( BMC ) Bagi Wirausaha Pemula untuk Perencanaan Usaha Yang Inovatif," *Jurnal Pengabdian Magister Pendidik. IPA, Original Resect Paper*, Vo. 8 No. 3, pp. 940-945, 2025.
- [13] M. Farid and A. Wahidiat, "PKM UMKM dan Pemuda Melalui Pelatihan Kewirausahaan," *Seminar Nasional Hasil Pengabdian 2023*, Issue. November, pp. 573-577, 2023.
- [14] H. Sekarningtyas, M. A. Firdaus, "Peningkatan Kompetensi Kewirausahaan Mahasiswa Melalui Pelatihan Business Model Canvas Dan Strategi Digital Marketing Di Era MBKM," *Jurnal Bakti Negeri*, Vol. 2, No. 1, pp. 29-37, 2025.
- [15] Y. D. Putra *et al.*, "Digital Marketing Melalui Pembuatan Konten Pada Media Sosial Sebagai Peningkatan Promosi Dan Branding Sekolah," *Jurnal Abdimas NusaMandiri*, Vol. 7, No. 1, pp. 32-38, 2025.