

PITCHING: KELAS INOVATIF BAGI YOUNG ENTREPRENEUR DI SMK NEGERI 1 MAS UBUD

**I Gusti Agung Prabandari Tri Putri¹⁾, Ni Made Sri Utari²⁾,
Mohamad Maulidin Ravie Paudie³⁾, I Putu Aditya Martha Wijaya⁴⁾**

¹⁾Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Primakara,

²⁾Fakultas Teknologi Informasi dan Desain, Universitas Primakara

^{3,4)}Universitas Primakara

prabantriputri@primakara.ac.id

Abstract

Community Service (PkM) with an innovative entrepreneurship class program aims to increase students' thinking, creativity and innovation in generating business ideas. The PkM method applied includes field observations, meetings with partners, and implementation of training activities. The service partners selected are following the vision of Primakara University and the problems faced by these partners. Findings during observation activities, especially with service partners, revealed that SMK Negeri 1 Mas Ubud, located in Gianyar Regency, already had entrepreneurship subjects, but the students did not have the motivation to become entrepreneurs. The entrepreneurial mindset should be taught so that the younger generation not only focuses on looking for work but also contributes to creating jobs. The main material for service activities is pitching which provides key strategies for students at SMK Negeri 1 Mas Ubud to convey their business ideas in detail but briefly using the pitch canvas. The pitching strategy begins with preparing a Business Model Canvas (BMC), the aim of which is for students to have an analysis of the business environment. The BMC results showed 11 business ideas including traditional coconut oil, busana adat Bali, dalgona coffee, angkringan marketing platform (angkringan(.in), cake coklat, ayam ternak, koding tutor, keripik pisang, tuak jaka, arak mohjito, and eco bot. The success of this innovative entrepreneurship class can be seen from the business ideas generated, the students' communication, and the students' ability to answer some questions. The skills taught also include communication methods and techniques so students have high self-confidence when making presentations. In the future, through this pitching training, students will have confidence in realising their business ideas and getting investors to help finance their business.

Keywords: pitching, entrepreneurship, innovative class.

Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat (PkM) dengan program kelas kewirausahaan inovatif bertujuan untuk meningkatkan daya pikir, kreativitas, dan inovasi siswa-siswi dalam menghasilkan ide bisnis. Metode PkM yang diterapkan meliputi observasi lapangan, pertemuan dengan mitra, dan pelaksanaan kegiatan pelatihan. Mitra pengabdian yang dipilih sesuai dengan visi Universitas Primakara dan permasalahan yang dihadapi mitra tersebut. Temuan selama kegiatan observasi khususnya pada mitra pengabdian diketahui bahwa SMK Negeri 1 Mas Ubud berlokasi di Kabupaten Gianyar sudah memiliki mata pelajaran kewirausahaan, namun para siswa belum memiliki motivasi untuk menjadi pengusaha. Entrepreneur mindset sudah seharusnya diajarkan agar generasi muda tidak hanya fokus mencari kerja tetapi juga berkontribusi dalam menciptakan lapangan pekerjaan. Materi utama kegiatan pengabdian yakni pitching yang memberikan strategi kunci bagi para siswa SMK Negeri 1 Mas Ubud untuk menyampaikan ide bisnisnya secara rinci namun singkat menggunakan the pitch canvas. Strategi pitching dimulai dengan penyusunan Business Model Canvas (BMC), tujuannya agar siswa memiliki analisa mengenai lingkungan bisnisnya. Hasil BMC terdapat 11 ide bisnis meliputi traditional coconut oil, busana adat Bali, dalgona coffee, platform marketing angkringan (angkringan(.in), cake coklat, ayam ternak, koding tutor, keripik pisang, tuak jaka, arak mohjito, dan eco bot. Keberhasilan dari kelas kewirausahaan inovatif ini terlihat dari ide bisnis yang dihasilkan, komunikasi para siswa, serta kemampuan siswa dalam menjawab sejumlah pertanyaan. Keterampilan yang diajarkan juga mencakup cara dan teknik

berkomunikasi sehingga ketika melakukan presentasi para siswa memiliki kepercayaan diri yang tinggi. Harapan kedepannya melalui pelatihan pitching ini para siswa memiliki keyakinan diri dalam merealisasikan ide bisnisnya hingga mendapatkan investor yang membantu pembiayaan usaha.

Keywords: pitching, kewirausahaan, kelas inovatif.

PENDAHULUAN

Teknologi yang berkembang saat ini merupakan inovasi hasil cipta dari manusia. Perubahan demi perubahan yang terjadi mengarahkan pada kemudahan manusia, karena proses digitalisasi dalam sejumlah aspek kehidupan (Kryzhanovskij et al., 2021). Digitalisasi dikatakan meningkatkan kualitas hidup saat ini, seperti dari aspek pendidikan dan ekonomi.

Pendidikan menjadi lebih mudah diperoleh individu, karena teknologi digital mampu menghilangkan batasan-batasan yang selama ini membuat seseorang sulit mendapatkan informasi. Proses pembelajaran pun tidak hanya diperoleh dari guru di sekolah melainkan juga dari berbagai sumber yang diakses melalui internet. Pada situasi ini seharusnya ilmu pengetahuan yang diterima seseorang mampu memberikan motivasi bagi para pelajar untuk mulai berpikir *out of the box*. Nyatanya tidak semua pelajar mampu memanfaatkan teknologi digital secara tepat untuk mengasah pola pikir kreatifnya.

Ilmu pengetahuan yang terintegrasi dengan teknologi digital, menjadi pondasi bagi pelajar untuk menyiapkan karir impiannya. Artinya dampak dari pemanfaatannya mendukung tercapainya situasi ekonomi yang diinginkan, seperti menumbuhkan jiwa kewirausahaan (Jaya et al., 2023). Generasi muda saat

ini harus diarahkan untuk tidak bergantung pada upaya mencari pekerjaan namun memiliki kreativitas dalam menciptakan lapangan pekerjaannya sendiri (Adha & Permatasari, 2021). Sejalan dengan hal tersebut kelas-kelas kewirausahaan sangat diperlukan untuk mengarahkan para siswa mengasah kreativitasnya untuk menjadi *entrepreneurship* (Do-Nguyen & Nguyen, 2023).

Kelas kewirausahaan inovatif merupakan program pengabdian kepada masyarakat yang ditujukan kepada siswa-siswi Sekolah Menengah Atas (SMA) dan Kejuruan (SMK) untuk tidak bergantung pada ketersediaan lapangan kerja. Program kelas kewirausahaan inovatif ini pun lahir dari dampak negatif covid-19, di mana para pekerja harus mengalami pemutusan hubungan kerja karena lesunya dunia bisnis. Era digital saat ini menuntut generasi muda agar adaptif terhadap perubahan yang terjadi dengan cepat termasuk dalam dunia bisnis. Siswa-siswi sebaiknya diberikan pengalaman pembelajaran mengenai *entrepreneur mindset*, menyusun *Business Model Canvas* (BMC), perkiraan perhitungan keuangan bisnis, hingga presentasi produk atau *pitchdeck* untuk mendapatkan dana investor. Kurikulum inilah yang masih belum diberikan kepada para pelajar sehingga minat berwirausaha menjadi rendah. Padahal, adanya kelas kewirausahaan seperti pembuatan BMC akan meningkatkan keterampilan siswa karena adanya dorongan untuk

berpikir secara kritis dan kreatif dalam menghasilkan inovasi (Rahmi et al., 2020).

Hasil observasi yang dilakukan di salah satu SMK Negeri di Kabupaten Gianyar diketahui bahwa para siswa memiliki ide bisnis yang beragam dan kreatif namun memiliki kendala dalam memvisualisasikannya baik dalam bentuk proposal hingga mempresentasikannya di depan umum. *Pitching* menjadi cara untuk menampilkan peluang pasar berdasarkan bisnis yang dimiliki, dengan harapan produk mampu bersaing di pasar dan merupakan strategi mendapatkan bantuan permodalan dari investor (Sabaj et al., 2020). Apabila ide-ide bisnis tersebut dapat diarahkan dengan tepat maka memberikan manfaat tidak hanya secara ekonomi tetapi juga IPTEK.

Presentasi bisnis memegang peranan penting ketika ide bisnis harus dikomunikasikan kepada pihak lain, khususnya dalam mengembangkan UMKM (Putra et al., 2021). Adanya *pitching* ini, para siswa maupun pelaku usaha lebih mudah menggambarkan bisnisnya sehingga memberikan keyakinan yang tinggi bahwa bisnis akan berada pada kondisi yang sehat dari berbagai sisi (Guimtrand & Burger-Helmchen, 2022). Utamanya dapat meningkatkan kepercayaan calon investor kepada kelangsungan bisnis. Sebelum melakukan presentasi, para siswa diwajibkan untuk melakukan visualisasi atas ide bisnisnya ke dalam *Business Model Canvas* (BMC), agar memudahkan pengenalan lingkungan usaha dan sebagai kerangka kerja usaha (Micieta et al., 2020).

Berdasarkan hasil observasi lapangan, maka tim dosen Universitas Primakara dengan visi menumbuhkan jiwa *enterpreneurship* berbasis *technopreneur* berupaya memberikan

motivasi bagi para pelajar di SMKN 1 Mas Ubud untuk optimis dalam mewujudkan ide bisnisnya melalui kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan program Kelas Kewirausahaan. Tujuan kegiatan ini juga mendukung pencapaian SDGs ke-8 yaitu meningkatkan pertumbuhan ekonomi inklusif dan berkelanjutan, meningkatkan kesempatan kerja produktif, serta memberikan ruang pekerjaan yang layak bagi semua. Kelas kewirausahaan inovatif menjadi satu-satunya program PKM yang mengajak mitra SMA/K untuk mampu menciptakan lapangan kerja secara mandiri di masa mendatang.

METODE

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat oleh tim Dosen dan Mahasiswa Universitas Primakara melalui program kelas kewirausahaan inovatif dilaksanakan dengan metode pelatihan kepada siswa-siswi SMK Negeri 1 Mas Ubud di Kabupaten Gianyar, Bali. Pelaksanaan kelas kewirausahaan inovatif berlangsung selama dua hari yakni tanggal 15 April 2024 dan 23 April 2024. Adapun tujuan pelatihan ini kepada siswa-siswi yakni meningkatkan keterampilan dan kreativitas dalam menyusun ide bisnis serta memberikan strategi dalam presentasi produk. Manfaat lainnya adalah untuk mendukung jiwa kewirausahaan siswa-siswi SMK Negeri 1 Mas Ubud sehingga sedini mungkin menjalankan bisnisnya tidak hanya sebatas pada ide saja.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui beberapa tahapan pelaksanaan. Adapun rinciannya sebagai berikut:

- 1) Observasi lapangan dan wawancara kepada mitra yakni SMK Negeri 1 Mas Ubud. Pada tahap awal

ini diperoleh informasi awal bahwa pihak sekolah membutuhkan pendampingan terkait pelatihan kewirausahaan untuk menunjang mata pelajaran kewirausahaan dari sudut pandang yang berbeda. Perlu diketahui bahwa pemilihan mitra ini juga mengacu pada visi dari Universitas Primakara dalam hal menciptakan *young entrepreneur*.

2) Pertemuan dengan pihak sekolah SMK Negeri 1 Mas Ubud untuk mengundang siswa-siswi mengikuti kelas kewirausahaan inovatif serta kesepakatan untuk waktu pelaksanaan. Hasilnya peserta pelatihan berasal dari siswa-siswi kelas XI dari jurusan perhotelan dan teknik jaringan komputer dengan jumlah 65 orang

3) Pelaksanaan kegiatan pelatihan dalam program kelas kewirausahaan inovatif, yaitu dengan memberikan pelatihan *pitch deck*. Para siswa tidak hanya diberikan pemahaman mengenai presentasi produk tetapi juga praktik mulai dari penyusunan *Business Model Canvas* (BMC) kemudian *pitch deck* sesuai kriteria yang telah ditetapkan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program kelas kewirausahaan inovatif merupakan bentuk dari pengabdian kepada masyarakat yang sejalan dengan visi Universitas Primakara dalam menghasilkan *young entrepreneur*. Kegiatan awal dimulai dari mencari potensi dan tingkat ketertarikan siswa-siswi terhadap berwirausaha, melalui angket terbuka.

Penyebaran angket menemukan hasil bahwa para siswa memiliki ketertarikan untuk berwirausaha. Sejumlah siswa menyebutkan dalam angket jika kesulitan utama dalam berwirausaha adalah penentuan produk baik barang atau jasa yang dijual, cara

memvisualisasikan produk, menentukan target pasar, dan mengomunikasi ide bisnis kepada pihak investor untuk mencari modal.

Ungkapan permasalahan para siswa sejalan dengan hasil observasi yang disampaikan oleh para guru SMK Negeri 1 Mas Ubud. Kemudian hal ini cukup menjadi penghambat bagi para guru untuk mendorong para siswa mengikuti perlombaan baik ditingkat provinsi maupun nasional. Upaya mengatasi permasalahan tersebut kelas kewirausahaan inovatif sedikit banyaknya dapat meningkatkan pola pikir siswa mengenai *entrepreneur fundamental* dan cara mengomunikasikannya kepada pihak eksternal.

Identifikasi masalah utama yang dapat disimpulkan mencakup dua hal yaitu:

1) Eksplorasi ide bisnis dan analisis lingkungan bisnis. Para siswa rata-rata memiliki pemikiran bahwa ketika mengambil jurusan yang tidak berkaitan dengan ekonomi berarti memiliki peluang rendah untuk memiliki bisnis. Konsep inilah pertama harus diubah, karena pada kenyataannya bidang apapun yang ditekuni memiliki peluang sama untuk menjadi *entrepreneur*. Kemudian, kendala berikutnya adalah kebingungan para siswa untuk memulai bisnis karena tidak tahu apa hal yang harus dilakukan diawal. Pada kesempatan inilah para siswa diberikan pemahaman mengenai *entrepreneur fundamental*.

2) Strategi komunikasi untuk mempresentasikan produk kepada pihak-pihak terkait seperti investor. Siswa menganggap bahwa adalah hal yang tidak mungkin untuk mendapatkan investor bagi usaha skala kecil. Nyatanya bisnis baik skala mikro, kecil, dan menengah juga dapat dibiayai atau mendapatkan modal dari investor,

selama pengusaha mampu menjelaskan prospek bisnis tersebut dengan tepat. Kiat-kiat dalam presentasi produk atau *pitch deck* inilah kunci utama mewujudkan ide bisnis menjadi nyata.

Pada pelaksanaan hari pertama, para siswa diberikan pembekalan mengenai arti penting kewirausahaan. Topik utama yang dibahas adalah *entrepreneur mindset* dan fundamental. Jiwa kewirausahaan akan berkembang dengan lebih baik ketika seseorang mampu mengendalikan dirinya dan mulai memiliki prinsip kerja keras. *Entrepreneur mindset* merupakan cara untuk menumbuhkan kepercayaan diri, positivisme, ketangguhan, dan strategi untuk memengaruhi pihak lain berkaitan dengan berjalannya suatu bisnis (Daspit et al., 2023). Tiap individu memiliki pemikiran untuk menjadi tangguh dan dapat beradaptasi dengan perubahan, namun seringkali hal tersebut tidak diajarkan dalam kurikulum pendidikan. Kondisi inilah yang harus mulai diperbaiki dan dimulai dari siswa-siswa.

Penyampaian materi mengenai *entrepreneur mindset* dan fundamental berlangsung selama kurang lebih dua setengah jam. Selama kegiatan selain penyampaian materi, diselingi juga dengan kegiatan interaktif berupa pemberian kuis kepada siswa-siswi.



Gambar 1 Penyampaian Materi **Entrepreneur Mindset dan Fundamental**

Capaian yang diharapkan dari materi *entrepreneur mindset* dan fundamental agar para siswa memiliki kepercayaan diri bahwa bisnis dapat dilakukan oleh siapa saja dengan mengatur pola pikir bisnis tersebut akan sukses. Para siswa yang merupakan generasi Z rata-rata memiliki kekhawatiran yang tinggi bahwa merintis bisnis di usia muda akan sulit berkembang karena banyak keterbatasan (Firman et al., 2023). Bisnis dianggap sebagai hal baru yang sulit untuk dilaksanakan karena selama mata pelajaran kewirausahaan, para siswa praktik berjualan hanya di lingkungan sekolah. Keterbatasan dalam kemampuan menarik konsumen di luar sekolah, minimnya modal, dan terbatasnya kemampuan menawarkan produk dianggap nyata sehingga memulai bisnis di luar sekolah adalah sesuatu yang sulit untuk diwujudkan. Kondisi ini secara lugas di sampaikan siswa ketika diberikan kesempatan menyampaikan pikirannya mengenai bisnis.

Materi *entrepreneur mindset* dan fundamental yang telah disampaikan secara perlahan membuka pemikiran para siswa, bahwa ide bisnis tidak hanya sebatas imajinasi produk. Penguatan fundamental bisnis bagi siswa-siswi SMK sangat diperlukan sehingga setelah menyelesaikan masa studinya tidak perlu takut lagi ketika sulit mendapatkan pekerjaan. Selain itu, ditanamkan juga bahwa semakin dini suatu bisnis bisa direalisasikan maka semakin mudah untuk mengembangkan bisnis tersebut. Para siswa pun sepakat bahwa akan memanfaatkan peluang dimiliki untuk dapat merealisasikan ide bisnisnya.

Kegiatan pengabdian pada hari kedua menekankan strategi komunikasi bisnis bagi siswa-siswi. Aktivitas lanjutan yang harus dilaksanakan adalah

cara para siswa untuk mempresentasikan ide bisnisnya guna menarik investor. Alasan materi presentasi produk atau *pitch deck* diberikan karena untuk mengembangkan bisnis menjadi lebih besar dan memberikan manfaat bagi masyarakat luas, faktor utama yang diperlukan yakni investor. Keberadaan investor tidak hanya sebatas sebagai pemodal melainkan juga sebagai penilai atas ide bisnis yang dilakukan.

Manfaat yang diperoleh para siswa sebenarnya belum sejauh bertemu langsung dengan investor melainkan mengarah pada kesiapan siswa mempresentasikan produk di depan umum khususnya juri lomba. Hal inilah yang mendasari pelaksanaan pelatihan *pitch deck*, karena sejalan dengan visi SMK Negeri 1 Mas Ubud yaitu mendorong para siswa memiliki prestasi dibidang kewirausahaan.

Setelah siswa memiliki pemahaman dan pemikiran yang sama mengenai *entrepreneurship*, selanjutnya diarahkan untuk melakukan representasi visual dari ide bisnisnya dalam *Business Model Canvas* (BMC). Penyusunan BMC ini bertujuan agar para siswa yang dibagi menjadi 11 kelompok dapat lebih mudah mengenali lingkungan usaha serta menjadi kerangka kerja operasional usahanya nanti (Micieta et al., 2020). Selama pelatihan penyusunan BMC para siswa diberikan kebebasan untuk mengeksplorasi ide bisnisnya secara lebih mendalam. Penyusunan BMC melibatkan interaksi langsung antara tim dosen Universitas Primakara dengan para siswa.



Gambar 2 Presentasi BMC

Pada sesi terkumpul 11 BMC yang meliputi produk traditional coconut oil, busana adat Bali, dalgona coffee, platform marketing angkringan (*angkringan.in*), cake cokelat, ayam ternak, koding tutor, keripik pisang, tuak jaka, arak mohjito, dan eco bot. Para siswa diberikan kesempatan untuk menyampaikan terlebih dahulu hasil BMC yang telah disusunnya.

Keberhasilan para siswa dalam menyusun BMC menandakan bahwa penyampaian materi dan pendampingan secara khusus kepada kelompok juga berjalan dengan baik. Tolok ukur inilah yang menjadikan para siswa dapat mengikuti tahap pelatihan selanjutnya yakni presentasi produk atau *pitch deck*.



Gambar 3 Penyampaian Materi The Pitch Canvas

Pemaparan materi *pitch deck* dibuat dengan sederhana dan interaktif sehingga para siswa tidak merasakan adanya tekanan untuk belajar. Selama penyampaian materi juga para siswa diberikan kesempatan untuk bertanya agar memiliki pemahaman yang cukup dalam menyusun materi *pitch deck*. Para siswa diajarkan cara menyusun *the pitch*

canvas berisikan aspek-aspek penting yang wajib dipresentasikan. Adapun aspek-aspek tersebut meliputi *simple statement*, *pain (+gain)*, *product*, *product demo*, *what's unique*, *customer traction*, *business model*, *team*, *call to action and end statement*, serta *why you?*.



Gambar 4 Pitching Ide Bisnis Eco Bot

Seluruh aspek ini dianggap mampu membantu siswa melakukan *brainstorming* dan mengeksplor bisnis secara lebih rinci, namun secara singkat. *The Pitch canvas* ini juga merupakan standar penyampaian bisnis yang umumnya dilakukan pada lomba-lomba *business plan*. Sejumlah siswa menyampaikan bahwa kesulitan dalam menyusun *the pitch canvas* adalah menentukan keunikan dari ide bisnis. Hal ini dikarenakan sejumlah produk yang diusulkan umumnya sudah diperjual belikan secara umum serta telah dikonsumsi masyarakat.



Gambar 5 Pitching Bisnis Angkringan(.)in

Salah satu keberhasilan penyampaian materi *pitch deck* ditunjukkan oleh kelompok angkringan(.)in. Kelompok bisnis ini telah menyampaikan ide bisnis serta aspek-aspek *the pitch canvas* dengan tepat dan terstruktur. Penjelasannya mengenai *product* termasuk menggambarkan demo produknya juga sangat jelas. Produk berupa aplikasi mobile ini ditujukan untuk perdagangan nasi jinggo di Kota Denpasar dan Kabupaten Gianyar untuk memudahkan kegiatan pemasaran dan penjualannya. Angkringan(.)in pada tahap awal berencana untuk tidak menetapkan harga jual jasa kepada pedagang, yang dapat menjadi kunci keberhasilan produk. Kemudian hal yang dijanjikan kepada investor kedepannya adalah pengembangan produk aplikasi sehingga lebih optimal dan memerluas lokasi penggunaannya hingga luar Pulau Bali.

Penilaian juga dilakukan kepada tiap kelompok dengan sejumlah penilaian yang telah ditetapkan. Adapun formulir penilaian yang digunakan dapat dilihat pada Gambar 6. Penutupan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di SMK Negeri 1 Mas Ubud ditandai dengan penyerahan hadiah kepada kelompok mahasiswa. Kelompok dengan nilai pitching tertinggi diperoleh Eco Bot dan Angkringan(.)in, dan terakhir kelompok Coconut Oil. Apresiasi diberikan kepada ketiga kelompok dalam bentuk kenang-kenangan untuk memotivasi para siswa agar semangat dalam merealisasikan ide bisnis yang sudah disusunnya.

Produk:					
Nama Ideator:					
No	Komponen	Kriteria	Bobot	Nilai	Hasil
1	Signifikansi ide	Kesesuaian ide dengan kebutuhan pasar	25		
		Identifikasi pain point/user experience/informasi dari target pasar			
		Pemahaman ideator terhadap target pasar			
2	Visibilitas ide	Korelasi ide yang diajukan dengan pain point/user experience/informasi dari target pasar	25		
		Pembeda/keunggulan ide produk			
		Analisa BMC			
3	Peluang pasar	Tingkat kemudahan implementasi ide	25		
		Identifikasi target pasar			
4	Aspek manfaat dan risiko	Keleluasaan pasar	15		
		manfaat finansial (peluang revenue)			
5	Pitching Strategy	Analisa risiko	10		
		Ketepatan waktu presentasi			
		Cara penyampaian produk dan komunikasi			

Gambar 6 Formulir Penilaian Pitching

Kedepannya kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui kelas kewirausahaan inovatif akan tetap diselenggarakan. Namun, materi pelatihan akan disesuaikan kembali dengan kebutuhan dari mitra.

SIMPULAN

Pengabdian kepada masyarakat melalui program kelas kewirausahaan inovatif telah berjalan sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan. Pengukuran keberhasilan kegiatan pelatihan yang diberikan kepada para siswa SMK Negeri 1 Mas Ubud terlihat dari *output*, di mana siswa mampu memahami pentingnya entrepreneur mindset, menyusun BMC, serta memresentasikan ide bisnis dengan menyusun *The Pitch Canvas* yang telah memenuhi aspek-aspeknya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih disampaikan kepada mitra pengabdian kepada masyarakat ini yakni SMK Negeri 1 Mas Ubud yang telah memberikan kesempatan kepada tim dosen dan mahasiswa untuk berbagi pengetahuan kepada para siswa. Keberhasilan kegiatan pengabdian ini juga mendapatkan dukungan penuh dari Universitas Primakara dari sisi materiil.

DAFTAR PUSTAKA

- Adha, E., & Permatasari, C. L. (2021). Peran Pendidikan dalam Kewirausahaan Menumbuhkan Kesiapan Berwirausaha Siswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, Dan Ilmu Sosial*, 15(1).
- Daspit, J. J., Fox, C. J., & Findley, S. K. (2023). Entrepreneurial mindset: An integrated definition, a review of current insights, and directions for future research. *Journal of Small Business Management*, 61(1), 12–44. <https://doi.org/10.1080/00472778.2021.1907583>
- Do-Nguyen, Q., & Nguyen, H. T. (2023). Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intention: The Mediating Role of Entrepreneurial Capacity. *The International Journal of Management Education*, 21(1).
- Firman, M., Sunandi, I., Riswanto, A., & Putri, A. (2023). Membantu Anak Muda Mewujudkan Impian Bisnis Mereka: Program Pendampingan Kewirausahaan Bagi Generasi Milenial. *Community Development Journal*, 4(5), 10088–10095.
- Guimtrand, F., & Burger-Helmchen, T. (2022). The Pitch: Some Face-to-Face Minutes to Build Trust. *Administrative Sciences*, 12(2), 47. <https://doi.org/10.3390/admsci12020047>
- Jaya, I., Jatiningrum, C., & Gumanti, M. (2023). Pelatihan Digital Entrepreneurship untuk Meningkatkan Kemampuan

- Berwirausaha bagi Generasi Muda Pada SMK Miftahul Falah Sinar Mulya Kabupaten Pringsewi. *NEAR: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1).
- Kryzhanovskij, O. A., Baburina, N. A., & Ljovkina, A. O. (2021). How to Make Digitalization Better Serve an Increasing Quality of Life? *Sustainability*, 13(2), 611. <https://doi.org/10.3390/su13020611>
- Micieta, B., Fusko, M., Binasova, V., & Furmannova, B. (2020). Business model canvas in global enterprises. *SHS Web of Conferences*, 74, 02010. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20207402010>
- Putra, I. G. J. E., Artana, I. M., Utami, N. W., Tiawan, & Werthi, K. T. (2021). Digital Scaleup: Pelatihan Pitching dan Connecting With Ecosystem. *Jurnal Karya Abdi*, 5(3), 623–626.
- Rahmi, E., Cerya, E., & Friyatmi. (2020). Peningkatan Kompetensi Kewirausahaan Siswa SMK Melalui Pelatihan Penyusunan Business Model Canvas Berbasis Digital. *EcoGen*, 3(4), 615–621.
- Sabaj, O., Cabezas, P., Varas, G., González-Vergara, C., & Pina-Stranger, Á. (2020). Empirical Literature on the Business Pitch: Classes, Critiques and Future Trends. *Journal of Technology Management & Innovation*, 15(1), 55–63. <https://doi.org/10.4067/S0718-27242020000100055>