

## Pendampingan Pengembangan Model Bisnis dan Penciptaan Nilai Jasa Service Handphone SMKS Budi Mandiri

Dario Christopher<sup>1</sup>, Dominique Clarissa<sup>2</sup>, Priska Adeline<sup>3</sup>, Jonathan Aldenas<sup>4</sup>, Risky Hasyim<sup>5</sup>, Silvia Eunike Susanto<sup>6</sup>, Sharon Marcellina<sup>7\*</sup>

<sup>1</sup>)Program Studi *Business*, Universitas Prasetya Mulya,,<sup>2</sup>)Program Studi *Business Mathematics*, Universitas Prasetya Mulya

<sup>3</sup>)Program Studi *Finance and Banking* , Universitas Prasetya Mulya,<sup>4</sup>)Program Studi *Business*, Universitas Prasetya Mulya

<sup>5</sup>)Program Studi *Branding*, Universitas Prasetya Mulya, <sup>6</sup>)Program Studi *Business*, Universitas Prasetya Mulya

<sup>7</sup>)Program Studi *Business*, Universitas Prasetya Mulya

Universitas Prasetya Mulya, Edutown BSD Campus Kavling Edu I.1, Jl. BSD Raya Utama, BSD City, Serpong - Tangerang , Indonesia 15820

Corresponding Author: sharon@gmail.com\*

### Abstraksi

SMK atau Sekolah Menengah Kejuruan mempersiapkan lulusannya menjadi tenaga kerja yang terlatih dan terampil dan siap menghadapi dunia kerja. Demi menciptakan lulusan yang siap kerja, pihak sekolah melakukan kerja sama dengan DU/DI sesuai dengan bidang yang diminati oleh siswa - siswi dari pihak sekolah itu sendiri. Namun, tidak semua lulusan SMK menjadi lulusan yang siap kerja. Kenyataannya, jumlah lulusan SMK yang menjadi pengangguran semakin meningkat dari tahun ke tahun dan terdapat juga ketidaksesuaian antara kebutuhan yang ada di dunia kerja dengan keterampilan lulusan. Salah satu alternatif yang dapat menyelesaikan masalah ini adalah mendorong para siswa SMK untuk menjadi seorang wirausahawan. Tim Community Development melihat adanya potensi dari hard skill untuk melakukan jasa service handphone yang dimiliki oleh tim mitra, namun juga terdapat kekurangan pada soft skill terkait kewirausahaan. Oleh karena itu, kami melakukan pendampingan untuk mengembangkan model bisnis serta menciptakan nilai bagi jasa service handphone tersebut, dengan menggunakan Business Model Canvas (BMC).

### Kata Kunci:

Model Bisnis; Nilai Jasa; Kewirausahaan

### Abstract

SMK or Vocational High Schools prepare their graduates to become trained workforce who are ready to work. In order to create graduates who are ready to work, the school collaborates with DU / DI in accordance with the fields of interest to students from the school itself. However, not all SMK graduates are ready to work. In fact, the numbers of SMK graduates who become unemployed are increasing year on year and there is a mismatch between the needs of employers and the skill of the workforce. One alternative solution to this problem is encouraging students to become entrepreneurs. The Community Development team saw the potential for hard skills possessed by the partner team in handphone service, but there's a lack of entrepreneurial soft skills. This Community Development program aims to help the team from SMKS Budi Mandiri Tanjungsari to construct a business model and added value of service with the use of Business Model Canvas (BMC).

### Keywords:

Business Model; Service value; Entrepreneurship

## PENDAHULUAN

Sekolah Menengah Kejuruan atau yang lebih dikenal dengan sebutan SMK merupakan sebuah konstitusi yang memiliki kewajiban dalam menyelenggarakan program pendidikan yang mampu mempersiapkan lulusannya menjadi tenaga kerja yang terampil sesuai dengan bidangnya masing-masing dan juga menjadi lulusan yang aktif, produktif, dan kreatif. Tingkat pendidikan SMK adalah suatu jenjang pendidikan yang setara dengan Sekolah Menengah Atas (SMA) maupun Madrasah Aliyah (MA). SMK mendapat dukungan yang sangat besar oleh pihak pemerintah, karena lulusan SMK dianggap merupakan jawaban dari masalah pengangguran yang masih tinggi. Bagi peserta didik yang kurang mampu, setelah lulus dari SMK, mereka dapat langsung memasuki dunia kerja karena sudah dibekali keterampilan kejuruan yang sesuai dengan apa yang dicari oleh dunia kerja. (Utomo, 2010).

Menurut Hakim (2010), terbukanya akses Indonesia ke perdagangan bebas menuntut kualitas tenaga kerja yang terampil dan kompeten pula, agar tenaga kerja Indonesia bisa bersaing secara kompetitif di pasar tenaga kerja regional, nasional, maupun internasional. Oleh karena itu, lembaga pendidikan formal seperti Sekolah Menengah Umum (SMU) dan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) makin didorong untuk menciptakan lulusan yang siap bekerja, serta memiliki sikap, perilaku, dan watak wirausaha dan keterampilan (life skill) agar dapat bekerja di berbagai macam bidang sesuai dengan kebutuhan dunia usaha maupun industri. Untuk menciptakan lulusan-lulusan yang siap terjun ke dunia kerja, pihak sekolah menjalin kerja sama (kemitraan) dengan DU/DI (Dunia Usaha / Dunia Industri), dimana DU/DI memberikan pekerjaan kepada sekolah dan instruktur, dan selanjutnya pekerjaan tersebut akan diserahkan kepada siswa-siswi SMK untuk diselesaikan, di bawah pengawasan dan pendampingan instruktur. Setelah pekerjaan tersebut selesai, maka pihak sekolah akan mendapatkan imbalan atas pekerjaan tersebut berupa dana. Tujuan dari program kemitraan ini adalah untuk menumbuhkan kesadaran dari dalam diri peserta didik bahwa kegiatan praktik yang dilakukan di sekolah merupakan sebuah kegiatan produktif yang dapat memberikan masukan pada mereka, dan mereka adalah tenaga profesional berkat keahlian yang mereka pelajari di sekolah.

Namun, penyerapan tenaga kerja lulusan SMK di lapangan ternyata tidak seperti yang dibayangkan. Seperti yang dipaparkan oleh Khurniawan, Erda, dan Majid (2019), tingkat pengangguran terbuka (TPT) dari lulusan SMK masih lebih tinggi daripada TPT pendidikan lainnya,

menurut survei yang dilakukan oleh BPS. Jumlah pengangguran lulusan SMK ini selalu meningkat tiap tahunnya. Pada tahun 2018, kontribusi lulusan SMK pada pengangguran Indonesia adalah sebesar 24,74%. Angka tersebut naik sebesar 6,35% jika dibandingkan dengan data pengangguran pada tahun 2014 silam. Selain itu, gaji rata-rata karyawan lulusan SMK lebih rendah daripada rata-rata nasional. Dalam kasus ini, kita dapat melihat bahwa lulusan SMK yang seharusnya bisa langsung masuk ke lapangan kerja karena telah memiliki keterampilan dan keahlian malah kenyataannya lebih banyak menjadi pengangguran. Penyebab dari hal tersebut adalah ketidakmerataan kualitas dari SMK yang ada, sehingga tidak semua lulusan memiliki keterampilan serta ilmu yang memadai. Alasan lainnya adalah terjadi ketidaksesuaian antara keahlian dari lulusan SMK dengan keahlian yang benar-benar dibutuhkan oleh pemberi lapangan pekerjaan. Selain itu, terdapat pula pendapat lain dari Direktur Eksekutif Institute for Development Economics and Finance Enny Sri Hartati, penyerapan tenaga kerja lulusan SMK ini terhambat karena lemahnya pertumbuhan PDB dalam sektor industri pengolahan. Tingginya tingkat pengangguran lulusan SMK ini juga disebabkan oleh minimnya perencanaan yang dilakukan oleh pemerintah dalam merancang kurikulum pendidikan yang benar-benar dibutuhkan oleh para pemberi kerja (Richard, 2018).

SMK lalu mulai menemukan alternatif untuk masuk ke lapangan kerja selain dengan cara menjadi karyawan. Alternatif lain itu ialah wirausaha atau membangun bisnisnya sendiri. Pemerintah pun juga sudah mulai sadar bahwa wirausaha sudah menjadi alternatif lain bagi lulusan SMK dan mulai membuat program yang dapat membantu lulusan SMK untuk membangun skill-skill yang dibutuhkan dalam wirausaha. Program ini disebut SMK Pencetak Wirausaha atau biasa disingkat SPW. Menurut Kemendikbud (2019) dalam program ini siswa akan diberikan pengetahuan mengenai wirausaha dengan mengintegrasikan Simulasi dan Komunikasi Digital (SIMDIG), Produk Kreatif dan Kewirausahaan, SMK program 4 tahun. Program ini sendiri didampingi dan berkolaborasi dengan SEAMEO. Program ini pun sudah membuahkan hasil, seperti contohnya siswa kelas XII jurusan TKJ SMK 2 Muntilan bernama Riski yang sudah memiliki omset sebesar Rp 155.000.000 dan laba sebesar Rp 25.100.000 dan sudah memiliki warung angkringan dan penjualan VCD sejak September 2018 sampai Juni 2019. (Mansur, 2019)

Tim mitra dari SMKS Budi Mandiri Tanjungsari sendiri memiliki hardskill dalam bidang service handphone yang ditunjang oleh materi yang didapatkan dari sekolah, serta pendampingan oleh

guru produktif dari jurusan Teknik Komputer dan Jaringan. Selain itu, keempat siswa tersebut juga sudah pernah mengikuti kegiatan praktek Kerja Lapangan (PKL) di sebuah perusahaan elektronik yaitu Evercoss, yang memfasilitasi para siswa untuk belajar dan mengasah kemampuan yang mereka miliki sehingga menjadi lebih baik lagi. Dari segi perlengkapan pun, pihak sekolah sudah menyediakan fasilitas serta peralatan yang lengkap, yang bisa dimanfaatkan oleh para siswa untuk melaksanakan kegiatan jasa service handphone tersebut.

Hal yang masih belum dimiliki oleh tim mitra adalah *soft skill* dan pengetahuan mengenai kewirausahaan yang dapat berguna bagi jalannya usaha jasa service handphone. Selain itu, gagasan mengenai usaha yang ingin dijalankan oleh tim mitra ini belum pernah dijalankan sebelumnya / belum terbentuk sebagai suatu kesatuan unit bisnis, sehingga program Comdev Universitas Prasetiya Mulya merasa perlu untuk melakukan kolaborasi dengan tim mitra dari SMKS Budi Mandiri Tanjungsari dalam rangka membentuk model bisnis dan juga nilai dari jasa service handphone.

#### **METODE PELAKSANAAN**

Keempat siswa kelas 11 dari jurusan Teknik Komputer dan Jaringan (TKJ) di SMKS Budi Mandiri Tanjungsari, Sumedang selaku pemilik bisnis jasa service *handphone* merupakan sasaran kami dalam kegiatan *Community Development* (berikutnya akan disebut "Comdev") Universitas Prasetiya Mulya 2021. Kegiatan ini bertujuan untuk membantu mengembangkan model bisnis dan juga menciptakan nilai untuk bisnis tersebut. Kami memberikan arahan dan pengetahuan yang mereka perlukan dalam membentuk fondasi usaha agar memiliki model bisnis yang jelas. Kegiatan ini dilakukan secara bertahap yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi.

#### **TAHAP PERSIAPAN**

Tahap awal dari kegiatan ini adalah tahap persiapan, yaitu pembentukan tim Comdev oleh pihak PPUK (Pusat Pengembangan Usaha Kecil) dari Universitas Prasetiya Mulya, bekerja sama dengan SMKS Budi Mandiri. Tim tersebut terdiri atas seorang DPL (Dosen Pembimbing Lapangan) dan 7 orang mahasiswa Universitas Prasetiya Mulya, serta tim mitra dari SMKS Budi Mandiri yang beranggotakan seorang guru dan 4 orang siswa jurusan TKJ. Setelah tim terbentuk, kami melakukan pertemuan secara daring dengan tim mitra untuk berkenalan, membangun *engagement* dan menetapkan tujuan bersama. Kami menemukan potensi yang dimiliki oleh tim mitra, yaitu kemampuan dalam melakukan *service handphone* yang didukung dengan

peralatan dan fasilitas yang menunjang di sekolah mereka. Namun mereka belum memiliki gambaran model bisnis yang jelas maka kami menentukan sebuah tujuan bersama, yaitu membentuk sebuah model bisnis dan nilai dari jasa *service handphone* yang akan dirintis. Setelah melakukan observasi, kami pun menyusun proposal rencana pendampingan yang akan dilaksanakan.

#### **TAHAP PELAKSANAAN**

Metode yang kami laksanakan berfokus pada penyusunan *tools* seperti *Business Model Canvas* (BMC) dan *Value Proposition Canvas* (VPC) untuk pembedahan. Pendampingan dilakukan pada bulan Februari, dengan melakukan 9 kali pertemuan secara daring. Dalam setiap pertemuan, kami membahas blok yang ada di dalam BMC secara satu per satu (terdiri dari segmentasi konsumen, proporsi nilai konsumen, saluran, hubungan konsumen, sumber pendapatan, sumber daya, aktivitas yang dijalankan, kerja sama dan struktur biaya). Lalu kami memberikan waktu hingga pertemuan berikutnya bagi tim mitra untuk mengisi blok tersebut hingga kesembilan blok pada BMC terisi penuh. Tim mitra mengisi blok-blok tersebut sesuai dengan apa yang sudah dijalankan selama ini dan juga menambahkan hal yang menurut mereka sesuai.

#### **TAHAP EVALUASI**

Tahap evaluasi ini dilakukan bersama dengan seluruh tim mitra pada pertemuan ke-10, dengan melakukan pembahasan ulang atau *recap* bersama untuk memastikan BMC yang sudah terbentuk. Pihak tim mitra pun diharapkan dapat mengimplementasikan BMC yang sudah dibuat bersama dan juga memanfaatkan pengetahuan yang sudah diberikan.

#### **PEMBAHASAN**

Sebagai permulaan kegiatan Comdev 2021, kami melakukan analisis terhadap kemampuan tim mitra dan analisis awal terkait jasa yang ditawarkan. Untuk melakukan analisis awal dan riset pasar terhadap perencanaan usaha yang bergerak dalam *jasa service handphone*, tim Comdev menyusun *value proposition canvas* sebagai langkah awal. *Value Proposition Canvas* merupakan metode awal untuk memahami produk dari perspektif pelanggan. Hal ini dilakukan agar dapat menentukan nilai yang akan ditawarkan oleh YBM Cell sehingga pelanggan mendapatkan pelayanan terbaik.

Setelah menyusun *value proposition canvas*, tim Comdev bersama dengan tim mitra mengembangkan nilai tawar yang didapatkan pada *Business Model Canvas* (BMC). BMC

merupakan bagian penting dalam perencanaan bisnis. Dengan adanya BMC, tim ComDev dapat lebih memahami perencanaan dan perkembangan usaha dengan jelas. Selain itu, model bisnis juga dapat membantu memperlihatkan peluang lebih jelas dan melakukan riset pasar agar usaha berjalan lebih baik. Pada penelitiannya, Riza Kurniasari dan Dwi Kartikasari (2018) menyatakan jika penerapan ke-9 komponen dari BMC memberikan efek positif terhadap salah satu bisnis yang bergerak dalam jasa.

Hal ini memiliki arti bahwa pembuatan dan adanya BMC sangatlah penting untuk mengembangkan model bisnis tim mitra, dikarenakan usaha jasa service handphone tim mitra masih dalam perencanaan dan berada di tahap awal. Oleh karena itu, untuk mengembangkan model usaha tim mitra, kami memberikan bimbingan dan pengetahuan BMC untuk kepentingan serta keberlangsungan usaha tim mitra kedepannya.

Kami membimbing tim mitra untuk menyusun value proposition canvas dengan memberikan pendahuluan berupa materi konsep value proposition design. Materi kami sampaikan dengan melakukan presentasi daring. Setelah materi tersampaikan, kami memberikan tugas bagi tim mitra untuk membuat value proposition design sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan kemampuan mitra. Pada tahap ini, tim mitra menentukan bahwa nilai tawar dari usaha mereka adalah menyediakan jasa reparasi handphone profesional yang bersertifikasi Evercoss, layanan antar-jemput, garansi dan gratis konsultasi. Nilai tawar yang didapatkan pada value proposition canvas tersebut dimasukkan ke dalam kolom value proposition pada business model canvas.



Gambar 1. Value Proposition Canvas

Selanjutnya pada bagian business model canvas terdapat 9 segmen, yakni customer segment, value proposition, channels, customer relationship, revenue streams, key resources, key activities, key partners dan cost structure. Penentuan dan pembuatan dari BMC ini dilakukan dengan mempertimbangkan aspek value proposition yang telah dibuat terlebih dahulu.

Key Partners	Key Activities	Value Proposition	Customer Relationships	Customer Segments
<ul style="list-style-type: none"> <li>Supplier sparepart</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Melakukan promosi</li> <li>Konsultasi kerusakan handphone</li> <li>Memperbaiki handphone</li> <li>Memberikan jasa antar jemput handphone.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>YBM Cell menawarkan konsultasi kerusakan handphone tanpa dikenakan biaya.</li> <li>Menawarkan service handphone antar jemput pada Senin - Jumat mulai pukul 09.00 - 14.30 dengan jarak 2 KM dari YBM.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Personal assistance (konsultasi &amp; diskusi harga)</li> <li>Pelayanan yang ramah.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pria dan wanita</li> <li>Berusia 18-35 tahun</li> <li>SES B-C</li> <li>Domisili di Tanjung Sari, Sumedang, Jawa Barat</li> <li>Behavior : aktif dan sering menggunakan handphone (game) dan overcharge handphone.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Cost Structure</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Biaya sparepart (inventory)</li> <li>Biaya servis (kustal)</li> <li>Biaya promosi dan marketing</li> <li>Biaya antar jemput (bensin)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Revenue Streams</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Channels</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Jasa service handphone</li> <li>Layanan antar jemput</li> </ul>

Gambar 2. Business Model Canvas

Beralih ke bagian customer segment, tim mitra melakukan penelitian mengenai karakter calon pelanggan dan menggambarkannya dengan deskripsi yang detail dari umur, domisili, jenis kelamin, dan kebiasaan. Tim mitra menentukan untuk menargetkan pada pria dan wanita berusia 18-35 tahun dengan status sosial ekonomi B-C dengan pendapatan Rp1.400.000 - Rp4.500.000 per bulan (menurut Perhimpunan Riset Pemasaran Indonesia 2018). Lokasi dari segmentasi pasar ini berada di Kota Sumedang. Segmentasi ini akan memiliki kebiasaan aktif menggunakan handphone seperti bermain games dan membiarkan handphone mengalami overcharge.

Beralih ke channels untuk membangun interaksi dengan calon pelanggan, kami membimbing tim mitra untuk menentukan jalur komunikasi yang akan sesuai dengan customer segment yang telah ditentukan. Tim mitra memutuskan untuk menggunakan channel online dengan media Instagram, Facebook, dan Whatsapp karena platform tersebut merupakan social media yang populer di daerah bersangkutan. Lalu pada pertemuan ini, tim mitra membuat akun pada platform social media yang diinginkan. Selain itu mitra juga ingin memaksimalkan jalur offline dengan memasang spanduk dan menyebar poster untuk meningkatkan kesadaran warga sekitar mengenai keberadaan YBM Cell.

Kemudian pada bagian customer relationship, tim mitra YBM Cell ingin memberikan interaksi dan pelayanan berupa personal assistance. Hal ini berarti satu pelanggan akan dilayani secara personal oleh satu admin dari awal hingga akhir. Dengan adanya personal assistance ini pelanggan dapat melakukan konsultasi kerusakan dan negosiasi harga yang akan terjadi pada proses transaksi jasa service ini karena banyaknya brand dan tipe handphone yang beredar saat ini.

Pada bagian key partners, tim Comdev berdiskusi bersama tim mitra melakukan kerja sama dengan salah satu supplier sparepart yang dipilih

berdasarkan lokasinya, yakni daerah Sumedang. Pemilihan *supplier* yang berbasis pada lokasi bertujuan untuk mempermudah pemesanan dikarenakan operasional usaha *service handphone* mitra menggunakan *lag strategy*.

*Key resource* yang sudah dimiliki oleh tim mitra adalah pelatihan dengan Evercross. Pelatihan ini dijalani oleh tiga dari empat anggota dan menghasilkan sebuah sertifikat pelatihan. Selain itu, tim Comdev juga memastikan tim mitra mempunyai peralatan pendukung yang memadai untuk dapat memenuhi kegiatan *service handphone*.

Pada *key activities* sendiri, tim Comdev memberikan arahan pada tim mitra terkait aktivitas yang dilakukan untuk memenuhi dan menjalankan YBM Cell. Aktivitas yang sudah terencana untuk diimplementasikan adalah berupa promosi baik secara *offline* maupun *online*. Promosi *offline* dilakukan dengan menyebarkan poster, brosur, serta pemasangan spanduk. Sedangkan promosi *online* dilakukan dengan memanfaatkan iklan berbayar pada *social media*. Kegiatan lainnya berupa gratis konsultasi pertama dengan calon pelanggan yang dilaksanakan *via* WhatsApp atau pesan di *social media*, melakukan *service handphone* yang merupakan jasa utama dalam usaha YBM Cell dan memberikan jasa antar jemput bagi pelanggan yang berhalangan datang langsung.

Selanjutnya pada bagian *revenue stream*, tim mitra mengidentifikasi sumber pendapatan YBM Cell. Tim mitra mengidentifikasi sumber pendapatan YBM Cell dapat berasal dari jasa *service handphone* dan juga jasa antar-jemput *handphone* yang diberikan layanan perbaikan.

Kemudian pada bagian terakhir, tim mitra mengidentifikasi biaya yang akan menjadi pengeluaran dari bisnis YBM Cell untuk mengisi bagian *cost structure*. Adapun *cost structure* yang telah ditentukan oleh tim mitra YBM Cell adalah biaya *inventory* berupa *sparepart* untuk memperbaiki *handphone*, biaya kuota internet untuk membalas pesan dari pelanggan, biaya bensin untuk layanan antar-jemput dan biaya pemasaran. Biaya pemasaran memerlukan dana yang cukup besar karena usaha YBM Cell masih sangat baru dan masih dalam tahapan merintis, jadi diperlukan promosi *offline* serta *online* yang cukup sering agar YBM Cell dikenal masyarakat sekitar.



Gambar 3. Pertemuan daring dengan mitra

Setelah membuat 9 bagian dari *business model canvas* tersebut, tim Comdev mengadakan evaluasi dalam bentuk *Focus Group Discussion* (FGD) bersama tim mitra untuk mendapatkan *insight* mengenai pemahaman mereka terhadap perancangan BMC tersebut. Tim mitra menyatakan bahwa mereka sudah mendapatkan pengetahuan dan pemahaman mengenai cara merancang *business model canvas* sebagai acuan dalam menjalankan bisnis.

## KESIMPULAN

Kegiatan pendampingan yang telah dilakukan oleh Tim Comdev terhadap SMKS Budi Mandiri Tanjungsari dapat terlaksana dengan baik dan sesuai jadwal yang telah direncanakan. Pendampingan ini secara umum bertujuan untuk membantu tim mitra dalam membentuk model bisnis dan juga menciptakan nilai bagi jasa *service handphone* tersebut. Kami membagikan pengetahuan dan ilmu mengenai model bisnis yang terstruktur dan menggunakan alat yang bernama *Business Model Canvas* (BMC). Pemberian materi melalui presentasi dilakukan oleh Tim Comdev secara online selama 1 bulan lamanya. Pada pertemuan terakhir, kami melakukan evaluasi dan *recap* untuk memastikan apakah materi BMC yang disampaikan telah sepenuhnya dimengerti oleh Tim Mitra.

## SARAN

Saran yang dapat kami berikan bagi UMKM dan calon pebisnis adalah sebuah bisnis tentunya harus memiliki bisnis model untuk menjaga arah jalannya suatu usaha. Bisnis model juga membantu perusahaan untuk dapat melihat gambaran jelas mengenai proses bisnisnya.

## DAFTAR PUSTAKA

Amel. (2018, November 5) Indonesia Market Behaviour Outlook 2018, [perpi.or.id, https://www.perpi.or.id/post/indonesia-market-behaviour-outlook-2018](https://www.perpi.or.id/post/indonesia-market-behaviour-outlook-2018)

- Hakim, A. (2010), Model pengembangan kewirausahaan sekolah menengah kejuruan (SMK) dalam menciptakan kemandirian sekolah. Jurnal, 4(1)
- Jurnal. 5 Alasan Kenapa Business Model Canvas Penting untuk Perencanaan Bisnis, Jurnal.id, <https://www.jurnal.id/id/blog/5-alasan-kenapa-business-model-canvas-penting-untuk-perencanaan-bisnis/#:~:text=Business%20Model%20Canvas%20atau%20bisa,bagian%20penting%20dalam%20perencanaan%20bisnis.&text=Model%20bisnis%20ini%20membantu%20pemilik,bisnis%20bisa%20berjalan%20lebih%20baik>
- Khurniawan, A., Erda, G. & Majid, A. (2019). Profil Lulusan SMK Terhadap Tingkat Penyerapan Tenaga Kerja di Indonesia Tahun 2018 2019, [https://www.researchgate.net/publication/338101531\\_Profil\\_Lulusan\\_SMK\\_Terhadap\\_Tingkat\\_Penyerapan\\_Tenaga\\_Kerja\\_di\\_Indonesia\\_Tahun\\_2018\\_2019](https://www.researchgate.net/publication/338101531_Profil_Lulusan_SMK_Terhadap_Tingkat_Penyerapan_Tenaga_Kerja_di_Indonesia_Tahun_2018_2019)
- Kurniasari, R., Kartikasari, D., (2018, Maret 1), Penerapan Model Bisnis Cavas Terhadap Bisnis Jasa Angkut Penumpang Pada PT International Golden Shipping, media.neliti.com, <https://media.neliti.com/media/publications/277694-penerapan-model-bisnis-kanvas-terhadap-b-ed114174.pdf>
- Perhimpunan Riset Pemasaran Indonesia. 2018. Indonesia Market Behaviour Outlook 2018, <https://www.perpi.or.id/post/indonesia-market-behaviour-outlook-2018>.
- Mansur, A. (2019, Juli, 13), Tumbuhkan Wirausaha, Kemendikbud Gelorakan Program SPW, neraca.co.id, <https://www.neraca.co.id/article/119642/tumbuhkan-wirausaha-kemendikbud-gelorakan-program-spw>
- Sprinthink. (2019, November 20), Apa Itu Value Proposition Canvas dan Fungsi Dalam Bisnis?, Sprinthink.id, <https://www.sprinthink.id/apa-itu-value-proposition-canvas-dan-fungsi-dalam-bisnis/>
- Pur. Tyas. (2019, Februari 20), Pendaftaran Sekolah Pencetak Wirausaha Batch 4 - Tahun 2019, smk.kemdikbud.go.id, <https://smk.kemdikbud.go.id/konten/4217/pendaftaran-sekolah-pencetak-wirausaha-batch-4-tahun-2019>
- Richard, M. (2018, November 1), Ini Penyebab Lulusan SMK Di Indonesia Sulit Dapat Kerja, Bisnis.com, <https://ekonomi.bisnis.com/read/20181101/12/855591/ini-penyebab-lulusan-smk-di-indonesia-sulit-dapat-kerja>
- Utomo, H. (2010), FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT SISWA SMP NEGERI SEKECAMATAN TEGOWANU KABUPATEN GROBOGAN UNTUK MELANJUTKAN KE SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Semarang).