

Pelatihan Keterampilan Kewirausahaan melalui Pelatihan Keuangan dan Pemasaran Guna Mendorong Potensi Lokal pada Siswa SMAN 1 Cangkringan

Rasistia Wisandianing Primadineska¹; Ilman Taufiq Lazuardy²; Adiyuda Prayitna³

^{1,2}Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta

³Universitas Teknologi Digital Indonesia

E-mail: primadineska@gmail.com

Article History:

Received : 10 November 2025

Review : 16 November 2025

Revised : 22 November 2025

Accepted : 5 Desember 2025

Abstract: Keterampilan kewirausahaan merupakan hal penting bagi siswa agar dapat menjadi generasi yang produktif dan memberi dampak bagi lingkungan sekitar. Mitra kegiatan ini adalah siswa kelas XII SMAN 1 Cangkringan yang berlokasi di lereng gunung Merapi yang merupakan pusat pariwisata. Daerah tersebut memiliki beragam potensi yang dapat dikembangkan baik dari hasil alam maupun keindahan alam yang menarik wisatawan. Kewirausahaan akan membentuk mental siswa untuk tidak menjadi konsumtif dalam menggunakan sumber daya ekonomi yang dimiliki. Program ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas kewirausahaan siswa yang sebelumnya hanya difokuskan pada keterampilan produksi, namun belum memahami aspek penting dalam pengelolaan usaha seperti keuangan dan pemasaran. Kegiatan diikuti oleh 144 siswa kelas XII yang mendapatkan mata pelajaran Kewirausahaan. Rangkaian pengabdian dimulai dari sosialisasi mitra, pelatihan aspek keuangan dan pemasaran diakhiri dengan pelatihan pemasaran digital oleh praktisi. Aspek keuangan meliputi perhitungan harga pokok produksi, harga jual dan laporan keuangan sederhana. Sedangkan aspek pemasaran meliputi dasar-dasar pemasaran dan strategi pemasaran baik digital maupun konvensional. Selain itu, tim pengabdi juga memberikan sumber daya berupa peralatan produksi seni kriya, batik, kulit, dan eco-print sehingga mitra dapat melakukan penghematan biaya produksi. Melalui kegiatan ini terdapat peningkatan keberdayaan sebesar 23% yang diukur melalui kuesioner yang dibagikan sebelum dan sesudah pelatihan.

Keywords: kewirausahaan, keuangan, pemasaran, pemasaran digital, pelatihan, siswa.

A. Pendahuluan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di SMA Negeri 1 Cangkringan yang berlokasi di Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. SMA Negeri 1 Cangkringan merupakan sekolah adiwiyata dengan lingkungan yang asri karena lokasinya berada di lereng gunung Merapi. Selain itu, Cangkringan juga dikenal dengan daerah yang kaya akan potensi lokal, seperti industri kerajinan dan pariwisata. Kegiatan ini

mengangkat judul “Peningkatan Keterampilan Kewirausahaan: Aspek Keuangan dan Pemasaran Guna Mendorong Potensi Lokal pada Siswa SMAN 1 Cangkringan.” Program ini terinspirasi dari kepedulian terhadap potensi besar yang dimiliki oleh para siswa dalam memanfaatkan sumber daya lokal untuk menghasilkan karya dan peluang usaha. Kegiatan ini merupakan pelaksanaan dari

hibah pengabdian kepada masyarakat dari Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains dan Teknologi.

Di tengah tantangan ekonomi dan dinamika dunia kerja yang semakin kompetitif, keterampilan kewirausahaan menjadi salah satu bekal penting bagi generasi muda untuk menjadi kreatif, mandiri dan berdaya saing. Oleh karena itu, program ini memberi kesempatan bagi siswa khususnya kelas XII untuk mendalami dan memraktikkan keterampilan wirausaha, sehingga tidak hanya belajar bagaimana menghasilkan ide bisnis, tetapi juga mengelola usaha mulai dari aspek keuangan hingga pemasaran. Melalui kegiatan ini, siswa akan diberi pendalaman aspek keuangan meliputi perhitungan harga pokok produksi, penentuan harga jual dan merancang strategi pemasaran yang relevan dengan kondisi pasar. Harapannya, siswa mampu melihat peluang dari potensi lokal yang ada di sekitar, dan mengembangkannya menjadi kegiatan yang produktif.

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan untuk mengisi gap fenomena yang mana saat ini, guru pengampu mata pelajaran Kewirausahaan berlatar belakang pendidikan seni kriya dan hanya berjumlah satu orang. Hal tersebut membuat siswa baru terampil dalam membuat produk, namun kurang mendalam pada aspek pengelolaan keuangan dan pemasaran. Keterangan ini diperoleh saat tim melakukan sosialisasi di awal. Adapun rangkaian kegiatan ini meliputi pelatihan aspek keuangan mulai dari penentuan harga pokok, perhitungan harga jual dan laporan keuangan sederhana; juga aspek pemasaran meliputi strategi pemasaran, penentuan pasar potensial dan pelatihan tentang *digital marketing*. Di akhir sesi, dilaksanakan pelatihan terkait implementasi pemasaran digital bersama *content creator*. Respon siswa dan guru sangat positif, mereka menunjukkan antusiasme yang tinggi, aktif dalam berdiskusi dan menyambut baik program pengabdian ini.

Saat ini SMAN 1 Cangkringan melalui siswa/siswinya berupaya untuk meningkatkan kesadaran berwirausaha melalui mata pelajaran kewirausahaan, adapun produk yang dihasilkan adalah batik teknik Shibori karena mengusung sustainable fashion (Humas, 2025). Namun demikian, kegiatan ini masih belum mencapai keberlanjutan yang diinginkan karena siswa memiliki keterbatasan dalam menjual produk dan menghitung harga jual. Hal ini menyebabkan banyak produk yang menumpuk di sekolah dan tidak terjual. Selain itu, seringkali siswa menjual dengan harga murah sehingga tidak mendapatkan keuntungan yang cukup. Selain itu, seperti yang sudah dijelaskan di awal bahwa SMAN 1 Cangkringan hanya memiliki satu guru pengampu yang memiliki latar belakang keilmuan seni kriya, sehingga perlu adanya dukungan dari pihak luar untuk meningkatkan keterampilan siswa mengingat pentingnya keterampilan ini bagi masa depan dalam meningkatkan potensi lokal daerah khususnya Cangkringan yang merupakan tujuan wisata di Yogyakarta (Cangkringan, 2023).

Mitra sasaran kegiatan ini adalah siswa kelas XII yang berjumlah 144 siswa. Kelas XII dipilih agar siswa yang akan lulus telah memiliki bekal yang cukup untuk masa depannya menjalankan bisnis. Selain itu, bekal ini juga membuat siswa memiliki opsi ketika nanti lulus dari sekolah apakah akan melanjutkan studi atau berwirausaha meningkatkan potensi lokal. Oleh karena itu, dalam hal ini tim pengabdi berperan untuk memperkuat keterampilan pengelolaan keuangan dan pemasaran digital melalui teknologi informasi dengan latar belakang keilmuan yang dimiliki tim yakni dari rumpun ilmu akuntansi, manajemen dan teknologi informasi. Harapannya siswa dapat meningkatkan keterampilan terkait aspek keuangan khususnya perhitungan HPP dan penentuan harga jual agar tidak lebih rendah dari HPP, pengumpulan modal, juga aspek pemasaran dengan mengenal lebih

lanjut tentang pemanfaatan teknologi informasi dan pemasaran digital. Keterampilan kewirausahaan pada generasi muda dapat meningkatkan minat menjadi wirausahawan dan lebih jauh lagi minat untuk terus mengembangkan usahanya secara dinamis dan inovatif sesuai perkembangan zaman (Burhandi, 2024; Indrawan et al., 2024).

B. Metode

Metode pelaksanaan pengabdian dibagi menjadi beberapa tahapan sebagai berikut dengan tujuh kali sesi pertemuan antara tim pengabdi dengan mitra. Adapun pembagian sesi adalah sebagai berikut:

- 1) Sosialisasi/ Persiapan: pada tahap ini tim pengabdi melakukan proses identifikasi permasalahan mitra secara detil agar diperoleh gambaran komprehensif tentang peluang dan tantangan. Setelah mengetahui permasalahan secara detail, tim pengabdi mencari alokasi waktu pelaksanaan kegiatan dengan sekolah agar tidak mengganggu kegiatan akademik lain mengingat waktu yang tersedia sangat terbatas. Sesi sosialisasi dilaksanakan sebanyak dua kali.

2) Pelatihan

Kegiatan pelatihan tahap satu dilakukan dalam satu kali sesi dengan durasi 2 jam. Berikut adalah rincian dari materi yang disampaikan:

- a) Aspek Keuangan: pada tahapan ini dilakukan pengambilan pre-test untuk mengetahui pemahaman siswa terhadap komponen keuangan dalam berwirausaha. Pre-test ini dibandingkan hasilnya dengan setelah siswa mendapatkan pelatihan (post-test). Isi pertanyaan kuesioner adalah materi yang disampaikan dalam pelatihan meliputi dasar-dasar pengelolaan keuangan usaha, perhitungan harga pokok, pelaporan sederhana, cara memperoleh modal dan pengelolaan modal bagi usaha. Narasumber pelatihan ini adalah tim

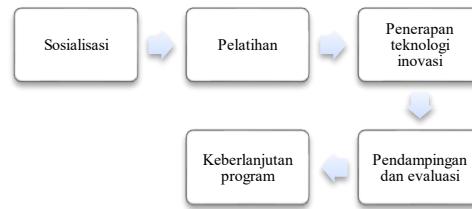
pengabdi yang memiliki latar belakang keilmuan Akuntansi dan mengampu mata kuliah Akuntansi Pengantar dan Analisis Laporan Keuangan. Kegiatan dibantu oleh mahasiswa sebagai pendamping siswa selama pelatihan juga MC dan *ice breaker*.

- b) Aspek Pemasaran: pada tahapan ini dilakukan pemberian materi tentang analisis pemasaran yang lebih mendalam untuk menentukan produk dan pasar, strategi pembuatan konten dan pemasaran digital. Narasumber pelatihan adalah tim pengabdi yang memiliki latar belakang keilmuan manajemen pemasaran sekaligus pernah mengampu mata kuliah Studi Kelayakan Bisnis dan Kewirausahaan serta anggota tim dengan latar belakang keilmuan teknologi informasi. Mahasiswa berperan sebagai pendamping siswa dalam pelatihan sekaligus fasilitator saat siswa melakukan praktik. Setelah pelatihan pemasaran, siswa diminta kembali mengisi *post-test* untuk mengetahui peningkatan skor dari sebelumnya. Berdasarkan hasil olah data, diperoleh kesimpulan bahwa siswa dengan nilai 75-100 meningkat jumlahnya dari sebelumnya yakni sebesar 23%. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat peningkatan keterampilan dari siswa sebelum dan sesudah pelatihan.
- 3) Pelatihan tahap II dan penerapan Teknologi: pada tahap ini, tim pengabdi mendatangkan praktisi kewirausahaan yang sudah menerapkan teknologi dalam pemasarannya. Narasumber dalam kegiatan ini adalah seorang wirausahawan sekaligus *content creator*. Tujuan kegiatan ini adalah siswa memiliki wawasan dan tambahan pengalaman atas pemanfaatan teknologi dalam pemasaran. Selain itu, tim pengabdi juga memberikan peralatan produksi seni kriya batik, eco-print dan kulit untuk mendukung proses produksi sehingga tidak harus sewa ke pihak luar

dan dapat menghemat biaya produksi. Terdapat peningkatan penghematan biaya produksi sebesar 40% karena sebelumnya siswa harus menyewa peralatan dari pihak lain. Tahap ini dilakukan dalam dua sesi.

- 4) Pendampingan dan Evaluasi Kegiatan: tahap ini dilakukan setelah siswa mendapatkan seluruh pelatihan. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan skor pemahaman siswa dari sebelum kegiatan dengan setelah seluruh rangkaian kegiatan pengabdian dilakukan sehingga secara statistik akan terlihat perbedaan level pemahaman dan keterampilan siswa terhadap aspek keuangan dan pemasaran dalam kewirausahaan dengan peningkatan 23% dari sebelum adanya pelatihan. Evaluasi kegiatan juga dilakukan oleh reviewer melalui kegiatan monitoring dan evaluasi (monev) dari internal dan dari pihak Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (DPPM) Kemdiktisaintek.
- 5) Keberlanjutan Program. Guna mendukung keberlanjutan program, tim pengabdi akan melakukan pendampingan kepada mitra dan memberikan kesempatan bagi mitra untuk mendirikan stand dan berpartisipasi pada kegiatan *student business expo* yang diselenggarakan secara rutin setiap tahunnya oleh perguruan tinggi tim pengabdi. Selain itu, mitra juga dapat memanfaatkan peralatan yang diberikan untuk memasarkan produknya ke calon konsumen melalui *event-event* lain yang mungkin akan terlaksana.

Mitra berperan penting dalam menyukseskan kegiatan pengabdian mulai dari pelatihan keuangan, pemasaran hingga guru tamu dengan menyediakan lokasi/tempat pelatihan dan menyesuaikan jadwal siswa agar dapat berperan aktif dalam setiap kegiatan. Hal ini dikarenakan kegiatan pengabdian tidak hanya insidental tetapi juga berkelanjutan selama periode yang disepakati dan ditentukan. Berikut adalah diagram yang menggambarkan proses pengabdian:



Gambar 1. Rangkaian kegiatan pengabdian

C. Hasil

1) Tahap Sosialisasi/ Persiapan: pada tahap ini tim pengabdi melakukan proses identifikasi permasalahan mitra secara detil agar diperoleh gambaran komprehensif tentang peluang dan tantangan. Pada tahapan sosialisasi, tim berdiskusi dengan wakil kepala bidang Kurikulum, ibu Heni Wulan Sari, S.Pd. dan guru pengampu mata pelajaran Prakarya dan Kewirausahaan, ibu Yeni. Pada tahap ini, tim diberikan gambaran tentang kondisi mitra sebelumnya, juga jadwal sekolah termasuk jadwal penilaian akhir, kegiatan belajar mengajar dan proses yang berjalan di mata pelajaran pra karya. Setelah mengetahui permasalahan secara detail dan waktu pelaksanaan sudah disepakati, tim menentukan jadwal pelatihan pada minggu kedua September 2025 tepatnya pada 11 September 2025. Pada waktu tersebut, siswa kelas XII juga sudah siap dengan proposal kewirausahaannya sehingga sudah ada gambaran dan dapat direview saat pelatihan. Selain itu, pelatihan juga bertujuan untuk memberikan gambaran lebih baik khususnya aspek keuangan dan pemasaran yang mungkin belum sempurna dijabarkan ke dalam proposal.

2) Pelatihan

a) Aspek Keuangan: Materi yang disampaikan pada pelatihan keuangan ini meliputi dasar-dasar pengelolaan keuangan usaha, perhitungan harga pokok, pelaporan sederhana meliputi laba rugi dan neraca, serta potensi memperoleh modal dan pengelolaan modal bagi usaha. Narasumber pelatihan ini adalah tim pengabdi yang

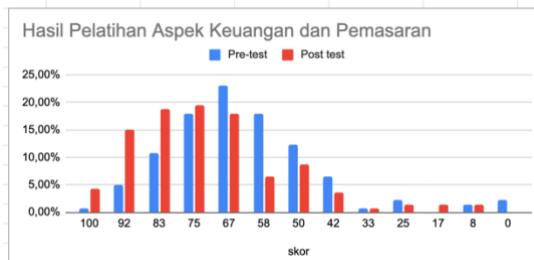
memiliki latar belakang keilmuan Akuntansi dan mengampu mata kuliah Akuntansi Pengantar dan Analisis Laporan Keuangan. Kegiatan dibantu oleh mahasiswa sebagai pendamping siswa selama pelatihan, sekaligus sebagai pemandu acara dalam kegiatan pelatihan. Sebelum pelatihan, siswa diminta untuk menjawab beberapa soal yang berkaitan dengan materi yang akan disampaikan. Hal yang sama juga dilakukan setelah pelatihan, kemudian hasil sebelum dan sesudah dibandingkan sehingga dapat dilihat perubahan yang dihasilkan dari kegiatan pelatihan tersebut. Pada saat pelatihan, tim pengabdi juga melakukan *review* dari beberapa proposal usaha siswa dan memberikan masukan khususnya aspek keuangan tentang hal-hal yang perlu ditambahkan. Hal ini sesuai dengan kondisi saat ini bahwa pelaku usaha wajib terampil dalam pengelolaan keuangan (Ferdian et al., 2024).

b) Aspek Pemasaran: pada tahapan ini dilakukan pemberian materi tentang analisis pemasaran yang lebih mendalam untuk menentukan produk dan pasar, strategi segmenting, targeting dan positioning, bauran pemasaran dan pemasaran digital. Narasumber pelatihan adalah tim pengabdi yang memiliki latar belakang keilmuan manajemen pemasaran sekaligus pernah mengampu mata kuliah Studi Kelayakan Bisnis dan Kewirausahaan serta anggota tim dengan latar belakang keilmuan teknologi informasi. Mahasiswa berperan sebagai pendamping siswa dalam pelatihan sekaligus fasilitator saat siswa mengikuti pelatihan. Sama dengan pelatihan aspek keuangan, sebelum pelatihan, siswa diminta untuk menjawab beberapa soal yang berkaitan dengan materi yang akan disampaikan. Hal yang sama juga dilakukan setelah pelatihan, kemudian hasil sebelum dan sesudah dibandingkan sehingga dapat dilihat perubahan yang dihasilkan dari kegiatan pelatihan tersebut. Pada saat pelatihan, tim pengabdi juga melakukan *review* dari beberapa proposal usaha siswa dan

memberikan masukan khususnya aspek keuangan tentang hal-hal yang perlu ditambahkan. Hasil dari penilaian *pre-test* dan *post-test* terdapat peningkatan pemahaman siswa sebesar 23% dari aspek keuangan dan pemasaran.

Tabel 1. Hasil skor Pre-test dan Post-test

Skor	% Siswa Pre-test	% Siswa Post test	Naik/ turun
100	0,72%	4,32%	3,60%
92	5,04%	15,11%	10,07%
83	10,79%	18,71%	7,91%
75	17,99%	19,42%	1,44%
67	23,02%	17,99%	-5,04%
58	17,99%	6,47%	-11,51%
50	12,23%	8,63%	-3,60%
42	6,47%	3,60%	-2,88%
33	0,72%	0,72%	0,00%
25	2,16%	1,44%	-0,72%
17	0	1,44%	1,44%
8	1,44%	1,44%	0,00%
0	2,16%	0	-2,16%



Gambar 2. Peningkatan keterampilan siswa



Gambar 3. Pelaksanaan pelatihan tahap 1

Pada pelatihan pemasaran, tim pengabdi

juga mendatangkan praktisi kewirausahaan yang sudah menerapkan teknologi dalam pemasarannya. Narasumber dalam kegiatan ini adalah seorang pelaku usaha sekaligus *content creator*. Tujuan kegiatan ini adalah agar siswa memiliki wawasan dan pengalaman tentang pengelolaan media sosial guna keperluan pemasaran. Mulai dari strategi pembuatan konten hingga membangun keterikatan dengan audiens/pengikut di media sosial. Pelatihan dengan praktisi dilaksanakan pada 22 Oktober 2025 di aula SMAN 1 Cangkringan. Kelas XII merupakan generasi Z yang berarti mereka adalah *digital native*, secara kreativitas mereka lebih unggul dibandingkan generasi lain, maka perlu terampil dalam memanfaatkan teknologi digital. Berikut adalah dokumentasi pelaksanaan kegiatan:



Gambar 4. Pelatihan dengan praktisi

3) Penerapan Teknologi Inovasi

Selain teknologi dalam aspek pemasaran, tim pengabdi juga memberikan teknologi inovasi guna membuat *mini showroom* untuk siswa dapat menghasilkan lebih banyak produk dan membuat konten dari proses produksi. Pada *mini showroom* ini, peralatan yang diberikan meliputi peralatan produksi kriya berbahan kain dan kulit, meliputi mesin jahit portable, palu eco print, panci rebus batik, bak pewarna, canting, tatah kulit, rak display batik dan alat prakarya kulit untuk pemula. Harapannya dengan adanya perlengkapan ini dapat meningkatkan kreativitas siswa dalam menghasilkan produk yang lebih

bervariasi dan mengurangi biaya produksi karena sebelumnya siswa menyewa peralatan ke pihak ketiga.



Gambar 5. Serah terima perlengkapan *mini showroom*

4) Pendampingan dan Evaluasi

Kegiatan ini dilakukan setelah siswa mendapatkan seluruh pelatihan. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan skor pemahaman siswa dari sebelum kegiatan dengan setelah seluruh rangkaian kegiatan pengabdian dilakukan sehingga secara statistik akan terlihat perbedaan level pemahaman dan keterampilan siswa terhadap aspek keuangan dan pemasaran dalam kewirausahaan dengan peningkatan sekitar 20-30% dari sebelum adanya pelatihan. Hal ini tercapai karena peningkatan siswa diketahui sebesar 23,03%. Evaluasi kegiatan juga disampaikan kepada guru pengampu mata pelajaran Prakarya dan Kewirausahaan sebagai bahan penyusunan materi pembelajaran sekaligus mendampingi siswa dalam menyusun proposal usaha agar lebih baik lagi. Selain kepada guru, evaluasi juga akan dilakukan melalui diskusi dengan siswa sebagai peserta pelatihan agar ke depannya dapat dilakukan kegiatan lain secara berkelanjutan.

5) Keberlanjutan Program

Guna mendukung keberlanjutan program, tim pengabdi akan melakukan pendampingan kepada mitra dan memberikan kesempatan bagi mitra untuk mendirikan stand dan berpartisipasi pada kegiatan *student business expo* yang diselenggarakan secara rutin setiap tahunnya oleh perguruan tinggi tim pengabdi. Selain itu, tim juga membuatkan sistem berbasis microsoft excel untuk menghitung harga

pokok produksi dan harga jual sehingga diharapkan siswa dapat memanfaatkan teknologi tersebut untuk menghitung aspek keuangan dan mengatasi permasalahan sebelumnya yakni kerugian akibat harga jual yang terlalu rendah.

Tim juga akan melakukan monitoring guna memastikan bahwa teknologi inovasi yang diberikan sudah dimanfaatkan secara maksimal dan mampu mengurangi biaya produksi yang biasanya dikeluarkan oleh siswa untuk menyewa peralatan produksi ke pihak lain. Kerjasama jangka panjang diharapkan dapat terlaksana dengan melibatkan pihak lain di luar tim pengabdian sehingga kerjasama antar institusi pendidikan dapat terlaksana seperti pendampingan penyusunan proposal usaha dan keterlibatan mitra dalam expo bisnis rutin yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi tim pengabdi.

D. Diskusi

Produk teknologi dan inovasi dalam bentuk fisik yang diberikan pada kegiatan pengabdian ini berupa perlengkapan *mini showroom* yang berisi peralatan pembuatan kerajinan kulit pemula, batik, eco print, rak display dan mesin jahit. Adapun peralatan tersebut disesuaikan dengan kebutuhan sekolah. Sebelumnya, mitra tidak memiliki peralatan yang lengkap untuk produksi, sehingga harus menyewa di luar dan membutuhkan biaya tambahan. Adanya *mini showroom* tersebut dapat mengurangi komponen biaya produksi. Selain itu, *mini showroom* ini diharapkan dapat membantu mitra dalam aspek pemasaran terutama dalam optimalisasi pemasaran digital melalui media sosial, selain juga meningkatkan variasi produk kriya yang dihasilkan.

Selain teknologi inovasi dalam bentuk fisik, tim juga memberikan perangkat lunak yakni sistem perhitungan Harga Pokok Produk (HPP) dan harga jual berbasis microsoft excel. Sistem ini dipilih agar siswa dapat mengakses dengan mudah tanpa harus menggunakan internet. Melalui sistem ini

siswa dapat menghitung HPP dengan lebih mudah dan akurat, karena mekanismenya, siswa hanya perlu memasukkan komponen biaya-biaya yang dibutuhkan dalam membuat suatu produk serta persentase margin yang diinginkan, sistem akan otomatis menghitung harga jual yang sesuai. Teknologi ini juga sesuai dengan permasalahan yang dihadapi mitra, yakni siswa seringkali kurang tepat dalam menghitung HPP yang mengakibatkan harga jual produk terlalu rendah sehingga mengakibatkan kerugian. Selain itu banyaknya komponen biaya dan jumlah produk yang dihasilkan membuat siswa tidak komprehensif dalam menghitung harga pokok. Selain peningkatan penggunaan bahan baku lokal, faktor lain penentu keberhasilan usaha adalah penentuan harga yang kompetitif sesuai dengan kemampuan pasar (Kautsar, 2022; Paradi dkk., 2022). Teknologi ini diharapkan dapat membantu siswa khususnya dalam aspek keuangan dan sesuai dengan permasalahan yang dihadapi.

Kelompok siswa kelas XII merupakan generasi Z yang menduduki posisi dengan populasi terbanyak di Indonesia. Saat ini, terjadi fenomena bahwa generasi Z atau generasi muda banyak yang melakukan pinjaman tanpa diikuti dengan kemampuan finansial yang memadai (Hamilton dkk., 2019; Primadineska & Prasetyo, 2024; Xiao dkk., 2014). Maraknya media sosial membuat mereka selalu ingin mengikuti gaya hidup orang lain tanpa mempertimbangkan kemampuannya. Oleh karena itu perlu untuk diberikan pemahaman dan keterampilan kewirausahaan agar mereka mengetahui cara mengelola usaha dan mendapatkan penghasilan bahkan sebelum lulus sekolah. Hal ini juga mendorong mereka memiliki alternatif pilihan setelah lulus untuk melanjutkan studi ke jenjang perguruan tinggi atau membuka usaha. Sesuai dengan potensi lokal Cangkringan yakni daerah wisata, hal ini membuat keterampilan kewirausahaan menjadi keunggulan jika dioptimalkan

dengan baik dan diterapkan guna mendorong perekonomian pribadi maupun masyarakat sekitar.

Pelaku UMKM yang progresif adalah kelompok usia produktif dan berwirausaha perlu diimbangi dengan pengetahuan yang cukup baik dari sisi keuangan maupun pengelolaan bisnis secara keseluruhan agar pelaku usaha dapat menjalankan bisnisnya dan memenangkan persaingan (Ferdian dkk., 2024; Ramayani dkk., 2025). Salah satu faktor pendukung dalam menciptakan bisnis yang berkelanjutan adalah adanya pengetahuan dan keterampilan aspek keuangan agar bisnis berjalan secara efektif dan efisien (Marsdenia, 2022). Selain itu, usaha juga harus didukung dengan optimalisasi penggunaan media sosial untuk pemasaran karena di Sleman sendiri, potensi pasar sangat besar terutama untuk pasar digital. Penerapan pemasaran digital pada UMKM dapat meningkatkan potensi penjualan, oleh karena itu pelaku bisnis harus mampu beradaptasi dalam memanfaatkan perkembangan teknologi untuk memasarkan produknya (Asikin dkk., 2024; Maulana, 2024).

E. Kesimpulan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) melalui program hibah Direktorat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Kementerian Pendidikan Tinggi Sains dan Teknologi 2025 berhasil memberikan kontribusi nyata dalam peningkatan keterampilan kewirausahaan siswa SMAN 1 Cangkringan. Fokus kegiatan adalah pada aspek keuangan dan pemasaran guna menjawab tantangan keterbatasan siswa dalam berwirausaha. Pelatihan yang diberikan membantu siswa memahami pencatatan biaya, perhitungan harga pokok produksi, hingga penyusunan laporan keuangan sederhana. Sedangkan pada aspek pemasaran, siswa diajarkan tentang strategi pemasaran, pemilihan pasar dan pemasaran digital. Pemasaran digital dapat meningkatkan keunggulan kompetitif bisnis dan pengelolaan

strategis sehingga keterampilan tersebut perlu diasah dan dikembangkan bagi para pelaku usaha (Guo dkk., 2020; Satria & Purnomo, 2025).

Program pengabdian ini sejalan dengan visi sekolah yakni untuk mencetak lulusan yang tidak hanya unggul secara akademik, tetapi juga memiliki jiwa wirausaha. Berdasarkan hasil *pre-test* dan *post-test*, diperoleh angka bahwa terjadi kenaikan pemahaman siswa sebesar 23% dari aspek keuangan dan pemasaran. Hal ini sekaligus menjadi bukti bahwa pelatihan tersebut mencapai hasil yang diharapkan. Ke depan program ini perlu ditindaklanjuti agar teknologi inovasi yang telah diberikan tidak berhenti sampai di sini. Selain itu program ini juga membuka peluang kolaborasi antara mitra dengan perguruan tinggi khususnya dengan bidang keahlian kewirausahaan. Adanya dampak positif pada program ini, diharapkan kegiatan serupa dapat diterapkan di sekolah lain, khususnya yang berada di wilayah dengan potensi lokal yang kuat namun belum tergarap secara optimal.

Rekomendasi Praktis

Pelatihan keuangan dan pemasaran bagi kelas XII diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan keterampilan siswa khususnya dalam menghitung harga jual yang tepat dan sesuai dengan produk serta menentukan strategi pemasaran yang sesuai. Mitra dapat memanfaatkan teknologi inovasi berupa *mini showroom* dan sistem excel untuk digunakan secara berkelanjutan dalam menghasilkan produk kriya yang bervariasi, menentukan harga jual dan praktik pemasaran. Guru pengampu mata pelajaran Prakarya dan Kewirausahaan hendaknya terus mengarahkan siswa untuk menggunakan sistem perhitungan HPP agar terbiasa dan menumbuhkan keterampilan tentang pentingnya analisis biaya secara tepat dalam menentukan harga jual.

Ke depan, mitra hendaknya lebih aktif untuk berkolaborasi dengan pihak-pihak yang rutin menyelenggarakan expo kewirausahaan agar

siswa dapat mengimplementasikan hasil pelatihan yang sudah diberikan khususnya pada aspek pemasaran. Kolaborasi dengan perguruan tinggi tim pengabdi juga perlu dilakukan untuk memperkuat budaya kewirausahaan yang sudah ada dengan adanya pendampingan secara berkelanjutan bersama para dosen di luar tim pengabdi yang kompeten di bidangnya.

Daftar Referensi

- Asikin, M. Z., Azzahra, A., & Afidi, F. K. (2024). *Strategies for the Utilization of Information Technology in Micro, Small, and Medium Business Marketing*. 3(2), 1.
- Burhandi, A. S. (2024). *Peran Pendidikan Kewirausahaan Dalam Meningkatkan Motivasi Dan Inovasi Berwirausaha Pada Siswa Smk*. 7.
- Cangkringan. (2023). *Penghargaan Desa Wisata Penting Sari Cangkringan Sleman*. <https://cangkringan.slemankab.go.id/pe nhargaa-desa-wisata-penting-sari- cangkringansleman/>
- Ferdian, R., Ihsan, Z., & Fauzi, F. K. D. (2024). Literasi Keuangan dan Edukasi Digital Marketing Bagi Siswa/i SMA Muhammadiyah Sintang Sebagai Bekal Berwirausaha dan Berinvestasi di Usia Muda. *Jurnal Abdimas Prakasa Dakara*, 4(2), 125–134. <https://doi.org/10.37640/japd.v4i2.2104>
- Guo, H., Yang, Z., Huang, R., & Guo, A. (2020). The digitalization and public crisis responses of small and medium enterprises: Implications from a COVID-19 survey. *Frontiers of Business Research in China*, 14(1), 1–25. <https://doi.org/10.1186/s11782-020-00087-1>
- Hamilton, R. W., Mittal, C., Shah, A., Thompson, D. V., & Griskevicius, V. (2019). How Financial Constraints Influence Consumer Behavior: An Integrative Framework. In *Journal of Consumer Psychology* (Vol. 29, Issue 2).
- <https://doi.org/10.1002/jcpy.1074>
- Humas. (2025, March 14). *Praktisi P5: Inspirasi Kewirausahaan*. <https://sman1cangkringan.sch.id/praktisi-p5-inspirasi-kewirausahaan/>
- Indrawan, I. G. A., Ridwan, M., & Syahputra, A. (2024). *Pelatihan Kewirausahaan Melalui Pemanfaatan Digital Marketing Di SMK Teuku Umar, Pondok Aren, Tangerang Selatan*. 2.
- Kautsar, A. (2022). Digital Marketing dan Digital Finance Apakah Menjadi Faktor Berkembangnya UMKM di Surabaya? In *Jurnal Ekonomika* (Vol. 45, Issue 1).
- Marsdenia. (2022). Financial Literacy and BUMDES revitalization on SMEs' sustainability in the period of Covid-19 Pandemic. *Proceedings of International Conference on Sustainable Innovation*, 174–177.
- Maulana, F. R. (2024). From Traditional to Digital: Exploring the Online Marketing Transformation of Culinary Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Karawang Indonesia. *Open Access Indonesia Journal of Social Sciences*, 7(5), 1773–1788. <https://doi.org/10.37275/oaижss.v7i5.269>
- Paradi, R., Hamid, R. S., Goso, G., & Ukkas, I. (2022). Analysis of digital-based marketing strategy in supporting business activities of young entrepreneurs. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 5(2), 231–246. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v5i2.575>
- Primadineska, R. W., & Prasetyo, T. U. (2024). Peran Financial Management Dalam Upaya Membentuk Financial Sustainability pada Generasi Z dan Milenial. *Wahana*, 27(2). <https://doi.org/10.35591/wahana.v>
- Ramayani, R. F., Adelina, C., & Betriana, M. (2025). *Sosialisasi Digital Marketing*

dan Laporan Keuangan Digital Sebagai Media Informasi Dalam Pengembangan Bisnis Gen Z Menuju Era Society 5.0.

Satria, C., & Purnomo, M. (2025). Kajian Dan Implikasi Tren Bisnis Digital UMKM. *Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Ekonomi Syariah*, 11(1).

Xiao, J. J., Ahn, S. Y., Serido, J., & Shim, S. (2014). Earlier financial literacy and later financial behaviour of college students. *International Journal of Consumer Studies*, 38(6), 593–601. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12122>