

PEMBERDAYAAN CALON WIRAUSAHA MUDA MELALUI WORKSHOP TERPADU DIGITAL MARKETING, AKUNTANSI, DAN MANAJEMEN KEUANGAN USAHA DI KABUPATEN SUKOHARJO

Desy Amalia Candrakusuma¹, Nurita Elfani Prasetyaningrum²,
Ramadhian Agus Triono Sudalyo³, Erlina Sih Rahayu⁴

^{1,2,4}Program Studi Akuntansi, Universitas Surakarta

³Program Studi Teknik Informatika, Universitas Surakarta

Email: desyamalia321@gmail.com; elfaniprasetya@gmail.com;
ramadhianagustriono@gmail.com; erlinasrsolo@gmail.com

Abstrak

Kabupaten Sukoharjo memiliki potensi besar dalam mencetak wirausaha muda, namun potensi tersebut belum sepenuhnya terwujud karena masih rendahnya literasi digital marketing, akuntansi usaha, serta perencanaan dan pengelolaan keuangan di kalangan pemuda calon wirausaha. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan calon wirausaha muda di Kabupaten Sukoharjo melalui workshop terpadu yang menggabungkan empat kompetensi strategis, yaitu digital marketing, akuntansi usaha praktis, perencanaan anggaran dan analisis biaya, serta perencanaan keuangan dan pengembangan usaha berkelanjutan. Kegiatan dilaksanakan pada 20 Mei 2026 di Ruang Serba Guna SMK PGRI Sukoharjo dengan menggunakan pendekatan Participatory Action Learning (PAL) yang menekankan keterlibatan aktif dari 12 orang peserta pemuda calon wirausaha. Materi disampaikan oleh empat narasumber melalui ceramah interaktif, demonstrasi langsung, studi kasus produk lokal, dan sesi presentasi produk peserta. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pengetahuan peserta yang signifikan, dengan rata-rata skor pre-test sebesar 52,5 meningkat menjadi 78,3 pada post-test, atau setara gain score 25,8 poin (peningkatan 49,1%). Tingkat kepuasan peserta terhadap penyelenggaraan kegiatan tercatat sebesar 4,3 dari skala 5. Seluruh peserta menyatakan kegiatan ini bermanfaat dan berharap adanya sesi pendampingan lanjutan. Kegiatan ini membuktikan bahwa pendekatan pelatihan terpadu yang mengintegrasikan aspek pemasaran, pengelolaan keuangan, penganggaran, dan pengembangan usaha yang berkelanjutan efektif meningkatkan kapasitas dan kesiapan wirausaha muda di daerah.

Kata Kunci: wirausaha muda; digital marketing; akuntansi usaha; analisis biaya; perencanaan keuangan; pengabdian masyarakat

Abstract

Sukoharjo Regency holds considerable potential for producing young entrepreneurs, yet this potential remains underdeveloped due to limited digital marketing literacy, business accounting skills, and financial planning knowledge among prospective young entrepreneurs. This community service activity aimed to empower prospective young entrepreneurs in Sukoharjo Regency through an integrated workshop combining four strategic competencies: digital marketing, practical business accounting, budget planning and cost analysis, and sustainable financial planning and business development. The activity was conducted on 20 May 2026 at the Multipurpose Hall of SMK PGRI Sukoharjo using a Participatory Action Learning (PAL) approach involving 12 prospective young entrepreneurs. Materials were delivered by four resource persons through interactive lectures, live demonstrations, local product case studies, and participant product presentations. The results showed a significant increase in participants' knowledge, with the average pre-test score of 52.5 rising to 78.3 in the post-test, indicating a gain score of 25.8 points (a 49.1% increase). Participant satisfaction with the activity reached

4.3 out of 5. All participants stated that the activity was beneficial and hoped for continued mentoring. This activity demonstrates that an integrated training approach combining marketing, accounting, budgeting, and sustainable financial management effectively strengthens the capacity and readiness of young entrepreneurs in the region.

Keywords: *young entrepreneurs; digital marketing; business accounting; financial planning; community service*

1. PENDAHULUAN

Indonesia sedang menghadapi periode bonus demografi yang diproyeksikan mencapai puncaknya pada tahun 2030–2045, ditandai dengan proporsi penduduk usia produktif yang sangat tinggi. Kabupaten Sukoharjo, sebagai salah satu kawasan industri dan UMKM terkemuka di Jawa Tengah, memiliki potensi besar untuk mencetak generasi wirausaha muda yang adaptif dan inovatif. Namun demikian, potensi tersebut belum sepenuhnya terwujud karena masih rendahnya literasi digital, akuntansi usaha, dan kemampuan perencanaan keuangan usaha di kalangan pemuda calon wirausaha. Pendidikan kewirausahaan yang terstruktur terbukti berperan signifikan dalam membentuk intensi dan kapasitas wirausaha generasi muda, terutama di kawasan yang sedang berkembang (Raposo & do Paço, 2011).

Transformasi ekonomi digital telah mengubah lanskap bisnis secara fundamental. Digital marketing kini menjadi instrumen utama pengembangan usaha karena memungkinkan pelaku bisnis menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang jauh lebih efisien dibandingkan pemasaran konvensional (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019). Meski demikian, sebagian besar calon wirausaha muda di daerah masih kurang memahami strategi pemasaran digital yang efektif. Di sisi lain, pengelolaan keuangan yang tertib merupakan fondasi keberlanjutan usaha; kemampuan keuangan wirausaha terbukti berkorelasi langsung dengan keberlanjutan dan pertumbuhan usaha mikro (Sucuahi & Cambarian, 2016). Tidak kalah penting, kemampuan menyusun anggaran, menentukan harga jual, dan menganalisis biaya secara tepat menjadi penentu utama profitabilitas UMKM, sementara perencanaan keuangan jangka panjang menjadi kunci keberlanjutan usaha di tengah persaingan pasar yang semakin ketat (Taroreh et al., 2021; Kusuma et al., 2021). Program pelatihan berbasis teknologi digital bagi UMKM di Indonesia juga terbukti secara signifikan meningkatkan kapasitas usaha dan daya saing pelaku usaha muda, khususnya ketika mencakup aspek pemasaran digital sekaligus pengelolaan keuangan usaha (Apriliani et al., 2023).

Berdasarkan kondisi tersebut, tim pengabdian dari Program Studi Akuntansi dan Program Studi Teknik Informatika Universitas Surakarta menyelenggarakan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat berupa Workshop Terpadu yang menggabungkan empat tema strategis, yaitu digital marketing, akuntansi usaha praktis, perencanaan anggaran dan analisis biaya, serta perencanaan keuangan dan pengembangan usaha berkelanjutan. Pendekatan terpadu ini sejalan dengan temuan bahwa intervensi pendidikan kewirausahaan yang komprehensif dan multidimensi menghasilkan dampak yang jauh lebih efektif dibandingkan pelatihan tunggal (Fayolle & Liñán, 2014). Kegiatan ini juga merupakan kelanjutan dari inisiasi program pemberdayaan wirausaha muda berbasis usaha rintisan yang sebelumnya telah dirintis oleh tim pengabdian di SMK PGRI Sukoharjo (Sudalyo et al., 2025). Kegiatan ini diharapkan menjadi katalisator bagi tumbuhnya ekosistem wirausaha muda yang kompeten, mandiri, dan berdaya saing tinggi di Kabupaten Sukoharjo.

Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah: (1) meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam strategi digital marketing berbasis media sosial dan platform e-commerce; (2) meningkatkan literasi keuangan dan kemampuan akuntansi usaha sederhana bagi calon wirausaha muda; (3) meningkatkan kemampuan peserta dalam menyusun anggaran, menentukan

harga jual, dan menganalisis biaya usaha secara tepat; serta (4) menumbuhkan pemahaman peserta mengenai perencanaan keuangan jangka panjang dan strategi pengembangan usaha yang berkelanjutan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Technopreneurship merupakan perpaduan antara teknologi dan kewirausahaan yang menjadi fondasi pelaku usaha di era digital. Wirausaha muda dipahami sebagai individu berusia produktif yang memiliki inisiatif mendirikan dan mengelola usaha secara mandiri, dengan karakteristik keberhasilan yang mencakup kemampuan adaptasi teknologi, kreativitas inovasi produk, orientasi pasar digital, serta ketangguhan menghadapi risiko usaha (Zimmerer et al., 2008). Program pendidikan dan pelatihan kewirausahaan berperan kritis dalam membentuk sikap, pengetahuan, dan intensi berwirausaha generasi muda, dan paparan terhadap pendidikan kewirausahaan terbukti meningkatkan kecenderungan individu memilih jalur wirausaha sebagai karier utama (Raposo & do Paço, 2011).

Digital marketing didefinisikan sebagai penggunaan saluran-saluran digital untuk menjangkau konsumen secara langsung, personal, dan terukur, dengan komponen utama meliputi optimasi mesin pencari, pemasaran media sosial, pemasaran konten, pemasaran surel, dan e-commerce (Kotler et al., 2021). Bagi UMKM, digital marketing menawarkan keunggulan berupa biaya promosi yang relatif rendah, jangkauan pasar yang luas, serta kemampuan mengukur efektivitas kampanye secara langsung, dengan keberhasilannya sangat ditentukan oleh kemampuan pelaku usaha memahami perilaku konsumen digital (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019). Studi lain menunjukkan bahwa strategi digital marketing berpengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan UMKM, dengan UMKM yang aktif menggunakan media sosial mampu meningkatkan omzet rata-rata 20–30% dibandingkan yang tidak menggunakannya (Wardhana, 2015). Studi pada UMKM di Kabupaten Boyolali turut menunjukkan bahwa integrasi strategi digital marketing dengan perencanaan keuangan yang efektif mampu mendorong pertumbuhan usaha secara signifikan (Prasetyaningrum & Sudalyo, 2023).

Akuntansi usaha merupakan sistem pencatatan, penggolongan, peringkasan, dan pelaporan transaksi keuangan yang sangat krusial bagi UMKM dalam memantau kesehatan keuangan, menentukan harga jual yang tepat, dan mengambil keputusan bisnis yang rasional (Zimmerer et al., 2008). Ikatan Akuntan Indonesia telah menerbitkan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah (SAK EMKM) yang menyederhanakan pelaporan keuangan bagi pelaku usaha kecil (IAI, 2018). Kemampuan keuangan wirausaha terbukti berpengaruh langsung dan signifikan terhadap keberhasilan usaha mikro, dengan pelaku usaha yang memiliki pengetahuan akuntansi baik menunjukkan tingkat profitabilitas dan ketahanan usaha yang lebih tinggi (Sucuahi & Cambarian, 2016). Literasi keuangan yang memadai turut memungkinkan pengambilan keputusan investasi, penetapan harga, dan manajemen arus kas yang lebih baik, sehingga berkontribusi pada keberlanjutan usaha (Lusimbo & Muturi, 2016).

Perencanaan anggaran dan analisis biaya merupakan kompetensi penting bagi UMKM dalam menyusun rencana pengeluaran usaha, mengidentifikasi komponen biaya tetap dan biaya variabel, serta menentukan harga jual yang mampu menutup biaya sekaligus menghasilkan margin keuntungan yang wajar (Mulyadi, 2016). Metode penentuan harga jual berbasis biaya, seperti cost-plus pricing dengan pendekatan full costing, terbukti membantu pelaku UMKM menetapkan harga yang lebih akurat dan kompetitif dibandingkan penetapan harga secara intuitif (Taroreh et al., 2021). Kemampuan menyusun perencanaan laba dan anggaran secara sistematis turut membantu pelaku usaha mengendalikan biaya serta menetapkan target keuntungan yang realistis (Prasetyaningrum, 2023).

Perencanaan keuangan dan pengembangan usaha berkelanjutan mencakup pengelolaan arus kas, pemisahan dana operasional dan dana pengembangan usaha, serta penyusunan strategi

keuangan jangka panjang. Pengelolaan keuangan yang baik terbukti berkontribusi signifikan terhadap keberlanjutan usaha UMKM, sementara literasi dan inklusi keuangan yang memadai turut memperkuat kinerja dan daya tahan usaha, termasuk pada UMKM di wilayah Solo Raya (Wardi et al., 2020 ; Kusuma et al., 2021).

Program pelatihan terpadu yang mencakup aspek pemasaran, akuntansi, dan manajemen keuangan usaha sekaligus terbukti memiliki dampak yang lebih komprehensif dan berkelanjutan dibandingkan pelatihan tunggal (Rosmiati et al., 2015), sejalan dengan model intensi kewirausahaan yang menekankan pentingnya intervensi pendidikan yang komprehensif untuk menghasilkan perubahan sikap dan perilaku yang terukur (Fayolle & Liñán, 2014).

3. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan Participatory Action Learning (PAL), yaitu model pembelajaran partisipatif yang menekankan keterlibatan aktif peserta dalam proses transfer pengetahuan dan keterampilan. Desain workshop bersifat integratif dan multidisiplin, menggabungkan empat bidang kompetensi utama dalam satu sesi yang berkesinambungan. Metode penyampaian materi menggunakan kombinasi ceramah interaktif, demonstrasi langsung (live demo), studi kasus nyata dari produk lokal peserta, sesi tanya jawab, dan praktik singkat, dengan tujuan memastikan peserta tidak hanya memahami teori tetapi juga mampu mengaplikasikan pengetahuan secara langsung.

Kegiatan dilaksanakan pada 20 Mei 2026, pukul 08.00–16.00 WIB di Ruang Serba Guna SMK PGRI Sukoharjo, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah, dan diikuti oleh 12 orang pemuda-pemudi calon wirausaha dengan latar belakang usaha rintisan di bidang kuliner, produk herbal, kerajinan, dan jasa. Workshop diselenggarakan oleh Program Studi Teknik Informatika dan Program Studi Akuntansi Universitas Surakarta, dengan menghadirkan empat narasumber yang saling melengkapi kompetensinya, sebagaimana disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Narasumber dan Materi Workshop

No	Narasumber	Topik	Bidang Keahlian
1	Ramadhian Agus Triono Sudalyo, S.Ag., S.Kom., M.M.	Strategi Digital Marketing dan Branding Produk Lokal di Era Teknologi 5.0 untuk Wirausaha Muda	Technopreneurship & Digital Marketing
2	Nurita Elfani Prasetyaningrum, S.E., M.Si.	Manajemen Keuangan dan Akuntansi Usaha Praktis untuk UMKM dan Wirausaha Pemula	Akuntansi & Keuangan UMKM
3	Desy Amalia Candra Kusuma, S.E., M.Si.	Perencanaan Anggaran, Penentuan Harga Jual, dan Analisis Biaya pada UMKM	Akuntansi Manajemen & Biaya
4	Erlina Sih Rahayu, S.E., M.M	Perencanaan Keuangan dan Pengembangan Usaha Berkelanjutan bagi UMKM	Manajemen Keuangan UMKM

Tahap persiapan dilaksanakan selama tiga minggu sebelum hari pelaksanaan, meliputi koordinasi internal tim pelaksana untuk penyusunan silabus dan modul workshop, pengurusan perizinan dengan pihak SMK PGRI Sukoharjo selaku tuan rumah, rekrutmen dan seleksi peserta melalui koordinasi dengan Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Sukoharjo, serta penyusunan

instrumen evaluasi pra dan pasca workshop (pre-test dan post-test). Pada hari pelaksanaan, kegiatan diawali dengan registrasi peserta, pengisian pre-test, dan sambutan pembukaan, dilanjutkan dengan empat sesi materi secara berurutan (digital marketing, akuntansi usaha praktis, perencanaan anggaran dan analisis biaya, serta perencanaan keuangan dan pengembangan usaha berkelanjutan), sesi presentasi produk unggulan peserta, serta diakhiri dengan post-test, evaluasi, dan pemberian sertifikat.

Data kegiatan dikumpulkan melalui pre-test dan post-test tertulis untuk mengukur perubahan pengetahuan peserta, lembar observasi partisipasi dan antusiasme peserta, angket kepuasan menggunakan skala Likert 1–5, dokumentasi fotografi dan video, serta daftar hadir peserta. Data pre-test dan post-test dianalisis dengan menghitung gain score untuk mengukur efektivitas workshop, data angket kepuasan dihitung rata-rata skornya, sementara data observasi dan dokumentasi dianalisis secara deskriptif kualitatif untuk menggambarkan dinamika dan kualitas pelaksanaan kegiatan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Kegiatan

Workshop Terpadu Digital Marketing, Akuntansi, dan Manajemen Keuangan Usaha terlaksana sesuai rencana pada 20 Mei 2026 dan diikuti oleh 12 peserta secara penuh dari awal hingga akhir kegiatan. Pada sesi pertama, narasumber Ramadhian Agus Triono Sudalyo, S.Ag., S.Kom., M.M. menyampaikan strategi digital marketing dan branding produk lokal, mencakup konsep pemasaran digital, praktik pembuatan konten promosi, dan strategi pemanfaatan platform digital secara efektif, dengan studi kasus produk 'Mestika Jamu' milik salah satu peserta yang telah memiliki materi promosi menarik.



Gambar 1. Narasumber Ramadhian Agus Triono Sudalyo, S.Ag., S.Kom., M.M. menyampaikan materi strategi digital marketing dan branding produk local

Sesi kedua oleh Nurita Elfani Prasetyaningrum, S.E., M.Si. membahas manajemen keuangan dan akuntansi usaha praktis, mencakup pentingnya pemisahan keuangan pribadi dan usaha, pembukuan sederhana, serta dasar-dasar laporan laba rugi yang dapat langsung diterapkan peserta. Sesi ketiga oleh Desy Amalia Candra Kusuma, S.E., M.Si. membahas perencanaan anggaran, penentuan harga jual, dan analisis biaya pada UMKM, mencakup teknik penyusunan anggaran operasional sederhana, metode penentuan harga jual berbasis biaya (cost-plus pricing), serta identifikasi komponen biaya tetap dan biaya variabel dalam usaha peserta.



Gambar 2. Narasumber Desy Amalia Candra Kusuma, S.E., M.Si. menyampaikan materi perencanaan anggaran, penentuan harga jual, dan analisis biaya

Sesi keempat oleh Erlina Sih Rahayu, S.E., M.M. menyampaikan materi perencanaan keuangan dan pengembangan usaha berkelanjutan, mencakup strategi pengelolaan arus kas, penyesisihan dana darurat dan dana pengembangan usaha, serta prinsip-prinsip keberlanjutan usaha jangka panjang.



Gambar 3. Narasumber Nurita Elfani Prasetyaningrum, S.E., M.Si. dan Erlina Sih Rahayu, S.E., M.M. mendampingi peserta pada sesi materi akuntansi dan manajemen keuangan usaha

Kegiatan ditutup dengan sesi presentasi produk unggulan peserta, di mana produk 'Mestika Jamu' mendapat apresiasi khusus dari para narasumber atas kualitas desain dan strategi pemasarannya.



Gambar 4. Apresiasi terhadap hasil praktik desain produk 'Mestika Jamu' karya peserta pada sesi presentasi produk unggulan

Hasil Evaluasi Peningkatan Pengetahuan

Hasil pre-test dan post-test menunjukkan peningkatan pengetahuan yang signifikan pada seluruh peserta workshop. Rata-rata nilai pre-test peserta berada pada angka 52,5 (skala 100), sedangkan rata-rata nilai post-test meningkat menjadi 78,3, sehingga diperoleh gain score rata-rata sebesar 25,8 poin atau peningkatan sebesar 49,1%, sebagaimana disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Pre-test dan Post-test Peserta Workshop

Indikator	Pre-test	Post-test
Rata-rata skor pengetahuan (skala 100)	52,5	78,3
Gain score	25,8 poin (49,1%)	

Berdasarkan hasil angket kepuasan, workshop secara keseluruhan mendapatkan skor kepuasan 4,3 dari skala 5. Kualitas narasumber memperoleh skor tertinggi yaitu 4,6, relevansi materi dengan kebutuhan peserta memperoleh skor 4,4, sementara aspek fasilitas memperoleh skor 4,1. Seluruh peserta (100%) menyatakan bahwa kegiatan ini bermanfaat dan berharap adanya sesi lanjutan. Secara kualitatif, peserta mengungkapkan bahwa materi digital marketing paling mudah diterapkan secara langsung, terutama dalam pembuatan konten media sosial dan strategi promosi. Materi akuntansi usaha dinilai membuka wawasan baru tentang pentingnya pengelolaan keuangan yang tertib, sementara materi perencanaan anggaran dan analisis biaya dinilai memberikan bekal praktis dalam menentukan harga jual secara lebih rasional, dan materi

perencanaan keuangan serta pengembangan usaha berkelanjutan membuka wawasan peserta tentang pentingnya menyisihkan dana bagi keberlangsungan usaha jangka panjang.

Pembahasan

Hasil kegiatan menjawab tiga rumusan masalah yang menjadi latar belakang penyelenggaraan workshop. Pertama, peningkatan skor pengetahuan sebesar 49,1% menunjukkan bahwa pendekatan workshop terpadu efektif dalam mentransfer kompetensi digital marketing kepada calon wirausaha muda di Kabupaten Sukoharjo. Kedua, peserta yang sebelumnya tidak mengenal istilah laporan keuangan sederhana kini memahami konsep dasar pencatatan transaksi dan pemisahan keuangan pribadi-usaha, menegaskan pentingnya edukasi akuntansi bagi pelaku usaha pemula. Ketiga, peserta memperoleh keterampilan praktis dalam menyusun anggaran dan menentukan harga jual berbasis analisis biaya, sehingga mampu menetapkan margin keuntungan usaha secara lebih rasional. Keempat, pemahaman peserta mengenai perencanaan keuangan jangka panjang meningkat, tercermin dari kesadaran akan pentingnya pemisahan dana operasional, dana darurat, dan dana pengembangan usaha bagi keberlanjutan bisnis ke depan.

Temuan kegiatan ini selaras dengan penelitian yang menyatakan bahwa pelatihan kewirausahaan berbasis praktik secara signifikan meningkatkan kompetensi dan intensi berwirausaha (Nowiński et al., 2019). Penggunaan studi kasus produk lokal (Mestika Jamu) sebagai objek demonstrasi terbukti efektif meningkatkan relevansi dan keterlibatan peserta, sejalan dengan rekomendasi pembelajaran kewirausahaan yang kontekstual (Fayolle & Liñán, 2014). Dalam konteks Kabupaten Sukoharjo yang merupakan kawasan industri dan UMKM unggulan Jawa Tengah, temuan ini memperkuat pentingnya investasi dalam pengembangan sumber daya manusia wirausaha muda, sejalan dengan temuan program pelatihan digital UMKM di wilayah Jawa Tengah yang efektif meningkatkan kapasitas usaha, kepercayaan diri berwirausaha, dan adopsi platform digital (Apriliani et al., 2023).

Beberapa faktor pendukung keberhasilan kegiatan antara lain: kompetensi dan pengalaman praktis keempat narasumber yang mampu menyampaikan materi teknis secara komunikatif; antusiasme tinggi peserta yang aktif bertanya dan berbagi pengalaman usaha; dukungan penuh dari pihak SMK PGRI Sukoharjo dalam penyediaan fasilitas; serta penggunaan studi kasus produk lokal yang meningkatkan relevansi materi. Pola ini konsisten dengan hasil pelatihan digital marketing dan penyusunan laporan keuangan usaha bagi UMKM di Karanganyar, yang menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan berbasis praktik mampu meningkatkan kompetensi peserta secara nyata (Sudalyo et al., 2023). Adapun kendala yang dihadapi meliputi jumlah peserta yang masih terbatas (12 orang) sehingga belum merepresentasikan seluruh potensi wirausaha muda di Kabupaten Sukoharjo, keterbatasan waktu pada masing-masing sesi sehingga beberapa topik tidak dapat dibahas secara mendalam, serta perbedaan tingkat literasi digital antarpeserta yang mengharuskan narasumber menyesuaikan kecepatan penyampaian materi.

5. KESIMPULAN

Workshop Terpadu Digital Marketing, Akuntansi, dan Manajemen Keuangan Usaha bagi calon wirausaha muda di Kabupaten Sukoharjo berhasil meningkatkan pengetahuan peserta secara signifikan, dengan rata-rata gain score 25,8 poin atau peningkatan 49,1% dari pre-test ke post-test. Peserta memperoleh pemahaman praktis tentang strategi digital marketing yang dapat langsung diterapkan untuk mempromosikan produk lokal, peningkatan literasi keuangan dan kemampuan dasar akuntansi usaha, serta keterampilan praktis dalam menyusun anggaran, menentukan harga jual, menganalisis biaya usaha, dan merencanakan keuangan jangka panjang untuk mendukung keberlanjutan usaha. Tingkat kepuasan peserta terhadap penyelenggaraan

workshop tergolong sangat tinggi (4,3 dari 5,0), menunjukkan bahwa format dan pendekatan terpadu yang digunakan sudah tepat sasaran.

Beberapa saran untuk pengembangan kegiatan serupa ke depan meliputi: perluasan jangkauan peserta ke seluruh kecamatan di Kabupaten Sukoharjo; penambahan sesi pendampingan (mentoring) lanjutan pasca workshop; penguatan kolaborasi lintas sektor antara pemerintah daerah, dunia usaha, dan perguruan tinggi; pelaksanaan studi tindak lanjut 3–6 bulan pasca workshop untuk mengukur dampak jangka panjang; serta pengembangan modul workshop dalam format digital agar dapat diakses secara mandiri oleh masyarakat luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriliani, D., Fatimah, S., & Nugroho, A. (2023). Pemberdayaan UMKM melalui pelatihan digital marketing dan e-commerce di Jawa Tengah: Analisis dampak terhadap peningkatan kapasitas usaha. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 29(2), 112–124. <https://doi.org/10.22146/jpkm.76541>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (7th ed.). Pearson Education Limited.
- Fayolle, A., & Liñán, F. (2014). The Future of Research on Entrepreneurial Intentions. *Journal of Business Research*, 67(5), 663–666. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.11.024>
- IAI. (2018). *Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah (SAK EMKM)*. Ikatan Akuntan Indonesia.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. Wiley.
- Kusuma, M., Narulitasari, D., & Nurohman, Y. A. (2021). Inklusi Keuangan dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja dan Keberlanjutan UMKM di Solo Raya. *Jurnal Among Makarti*, 14(2), 62–76.
- Lusimbo, E. N., & Muturi, W. (2016). Financial Literacy and the Growth of Small Enterprises in Kenya: A Case of Kakamega Central Sub-County. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 4(6), 828–845.
- Mulyadi. (2016). *Akuntansi Biaya*. UPP STIM YKPN.
- Nowiński, W., Haddoud, M. Y., Lancéarlë, A., Egerová, D., & Czeglédi, C. (2019). The Impact of Entrepreneurship Education, Entrepreneurial Self-Efficacy and Gender on Entrepreneurial Intentions of University Students in the Visegrad Countries. *Studies in Higher Education*, 44(2), 361–379. <https://doi.org/10.1080/03075079.2017.1365359>
- Prasetyaningrum, N. E. (2023). Perencanaan Laba/Anggaran. In C. Carolina, R. Martini, K. R. Sari, R. Fitriana, A. R. Rachman, V. Christina, H. Suharman, P. Panjingsih, & M. Amalia (Eds.), *Buku Ajar Akuntansi Manajemen* (pp. 83–112). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Prasetyaningrum, N. E., & Sudalyo, R. A. T. (2023). Strategi Digital Marketing dan Perencanaan Keuangan yang Efektif pada UMKM di Kabupaten Boyolali. *Jurnal Edunomika*, 8(1), 1–14. <https://doi.org/10.29040/jie.v8i1.11935>

- Raposo, M., & do Paço, A. (2011). Entrepreneurship Education: Relationship Between Education and Entrepreneurial Activity. *Psicothema*, 23(3), 453–457.
- Rosmiati, Junias, D. T. S., & Munawar. (2015). Sikap, Motivasi, dan Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 17(1), 21–30. <https://doi.org/10.9744/jmk.17.1.21-30>
- Sucuahi, W., & Cambarihan, J. M. (2016). Influence of Profitability to the Dividend Policy of Diversified Companies in the Philippines. *Accounting and Finance Research*, 5(2), 67–76. <https://doi.org/10.5430/afr.v5n2p67>
- Sudalyo, R. A. T., Prasetyaningrum, N. E., & Kusanti, J. (2023). Pelatihan Digital Marketing dan Cara Mudah Membuat Laporan Keuangan Usaha untuk Anggota Wirausaha Tangguh Bumi Intan Pari (Witpari) Karanganyar. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 4(1), 1–11. <https://doi.org/10.46306/jabb.v4i1.324>
- Sudalyo, R. A. T., Prasetyaningrum, N. E., & Nugrohotomo, G. K. (2025). Pemberdayaan Kewirausahaan Generasi Muda melalui Pembangunan Usaha Rintisan di Kabupaten Sukoharjo: Inisiasi Kegiatan Workshop di SMK PGRI Sukoharjo. *SOCIETY Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 5(2), 157–165. <https://doi.org/10.37802/society.v5i2.839>
- Taroreh, B. F., Pangemanan, S. S., & Suwetja, I. G. (2021). Analisis Penentuan Harga Jual Menggunakan Metode Cost Plus Pricing dengan Pendekatan Full Costing pada CV. Verel Tri Putra Mandiri. *Jurnal EMBA*, 9, 607–618.
- Wardhana, A. (2015). Strategi Digital Marketing dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia. *Seminar Nasional Keuangan Dan Bisnis IV*, 327–337.
- Wardi, J., Putri, G. E., & Liviawati, L. (2020). Pentingnya Penerapan Pengelolaan Keuangan bagi UMKM. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 17(1), 56–62. <https://doi.org/10.31849/jieb.v17i1.3250>
- Zimmerer, T. W., Scarborough, N. M., & Wilson, D. (2008). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management* (5th ed.). Pearson Prentice Hall.