

Edukasi manajemen bisnis sebagai upaya meningkatkan pengetahuan manajemen keuangan, *digital marketing*, dan manajemen operasional dalam usaha siswa SMA Solo Raya

Myrtana Pusparisti, Agustin Amborowati*, Agreianti Puspitasari, Astrid Noviana Paradhita, Muhammad Tafdhil Amanda, Ni Komang Septia Noriska, Vivin Sulistyowati, Yeni Fajariyanti, Yohanes Wien Tineka

Sekolah Vokasi, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia

*) Korespondensi (e-mail: agustinamborowati@staff.uns.ac.id)

Received: 21-July-25; Revised: 15-August-25; Accepted: 05- Sept-25

Abstract

In facing the challenges of globalization and the digital era, understanding business management is an important skill that the younger generation needs to have. High school students, as future leaders and economic actors, need to get early education on the basic principles of business management in order to have an entrepreneurial mindset, critical thinking skills, and understanding of future business opportunities. This research aims to increase students' knowledge and understanding of the importance of financial management, digital marketing, and operational management in business. This training is a collaboration between the D3 Business Management Study Program and Ar Rasyid Kartasura High School. The method in this activity is to use Fish Bone Diagrams as a form of compiling Training materials. The training materials include Financial Management, Digital Marketing, Operational Management, and Business Simulation using Monsoonsim. Evaluation through pre-tests and post-tests demonstrated a significant improvement in students' knowledge and their understanding of fundamental business management concepts relevant to today's business environment.

Keywords: Financial Management, Digital Marketing, Business Simulation, Fishbone Diagram

Abstrak

Dalam menghadapi tantangan globalisasi dan era digital, pemahaman mengenai manajemen bisnis menjadi keterampilan penting yang perlu dimiliki generasi muda. Siswa SMA, sebagai calon pemimpin dan pelaku ekonomi masa depan, perlu mendapatkan edukasi dini tentang prinsip-prinsip dasar manajemen bisnis agar memiliki mindset wirausaha, kemampuan berpikir kritis, dan pemahaman tentang peluang usaha di masa depan. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman Siswa tentang pentingnya manajemen keuangan, digital marketing, dan manajemen operasional dalam usaha. Pelatihan ini merupakan kolaborasi antara Prodi D3 Manajemen Bisnis dengan SMA Ar Rasyid Kartasura. Metode dalam kegiatan ini adalah menggunakan Diagram Tulang Ikan sebagai bentuk menyusun materi Pelatihan. Materi pelatihan mencakup Manajemen Keuangan, *Digital Marketing*, Manajemen Operasional, dan Simulasi Bisnis menggunakan Monsoonsim. Evaluasi pelatihan dilakukan melalui *pre-test* dan *post-test* dan menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pengetahuan serta memahami konsep-konsep dasar manajemen bisnis yang relevan dengan dunia usaha masa sekarang.

Kata kunci: Manajemen Keuangan, Digital Marketing, Simulasi Bisnis, Diagram Tulang Ikan.

How to cite: Pusparisti, M., Amborowati, A., Puspitasari, A., Noviana Paradhita, A., Tafdhil Amanda, M., Septia Noriska, N. K., Sulistyowati, V., Fajariyanti, Y., & Wien Tineka, Y. (2025). Edukasi manajemen bisnis sebagai upaya meningkatkan pengetahuan manajemen keuangan, digital marketing, dan manajemen operasional dalam usaha siswa SMA Solo Raya. *Penamas: Journal of Community Service*, 5(3), 561–570. <https://doi.org/10.53088/penamas.v5i3.2166>



1. Pendahuluan

UMKM dapat ikut berkontribusi dalam peningkatan pembangunan nasional (Rumbinianingrum & Wijayangka, 2018). UMKM telah lama dipahami memiliki peran yang signifikan bagi pembangunan ekonomi suatu negara (Ariadin & Safitri, 2021). Jumlah UMKM yang terus berkembang di Indonesia namun UMKM tersebut mengalami pertumbuhan yang lambat dan pada beberapa kasus UMKM mengalami gulung tikar (Rumbinianingrum & Wijayangka, 2018). Fakta yang terjadi saat ini adalah UMKM seringkali mengalami keterlambatan dalam bersaing dengan perusahaan-perusahaan besar (Ariadin & Safitri, 2021).

UMKM yang tidak berbekal pengetahuan berwirausaha, manajemen usaha dan pengelolaan keuangan akan mengalami perkembangan yang lambat (Rumbinianingrum & Wijayangka, 2018). Dalam perilaku manajemen keuangan terdapat beberapa hal yang diduga dapat memengaruhi apakah seseorang akan mengambil keputusan keuangan yang baik atau buruk (Novianti & Salam, 2021). Salah satu faktor yang diduga dapat mempengaruhi perilaku manajemen keuangan adalah pengetahuan keuangan (Novianti & Salam, 2021). Pengetahuan keuangan merupakan dasar faktor kritis dalam pengambilan keputusan keuangan (Novianti & Salam, 2021). Pengelolaan keuangan menjadi salah satu masalah utama dalam UMKM karena jika pengelolaan keuangan dalam UMKM tidak berjalan dengan baik maka akan menghambat kinerja dan mendapatkan akses pembiayaan (Rumbinianingrum & Wijayangka, 2018). Manajemen keuangan yang baik akan memberikan manfaat besar bagi UMKM (Fauzi, 2020).

Pada dasarnya perilaku manajemen keuangan muncul karena adanya keinginan untuk melakukan pemenuhan kebutuhan yang berdasarkan pada pendapatan yang diperoleh (Ariadin & Safitri, 2021). Individu yang memiliki perilaku manajemen keuangan cenderung membuat anggaran, mengontrol belanja, hemat, serta bertanggung jawab terhadap uang yang dimilikinya (Ariadin & Safitri, 2021). Faktor utama yang menjadi permasalahan dalam hal keterampilan keuangan yang dialami oleh para pelaku UMKM adalah dalam hal menyiapkan anggaran keuangan dalam manajemen usahanya (Ariadin & Safitri, 2021). Pengetahuan keuangan adalah segala sesuatu mengenai keuangan yang dialami atau yang terjadi pada kehidupan sehari-hari. Pengetahuan keuangan juga dapat didefinisikan sebagai penugasan seseorang atas berbagai hal tentang dunia keuangan yang terdiri dari *financial tools* dan *financial skills* (Handayani *et al.*, 2022). Dengan melakukan pencatatan keuangan dengan tertib, UMKM dapat mengetahui kondisi keuangan sekaligus perkembangan usahanya (Fauzi, 2020).

Perkembangan teknologi khususnya dunia digital dan internet membuat peluang bagi para pelaku bisnis UMKM untuk bisa memasarkan barang/jasa yang dijual (Harahap *et al.*, 2021). Salah satu strategi pemasaran yang cocok dengan kondisi perekonomian saat ini adalah digital marketing (Harahap *et al.*, 2021). Demi mengikuti arus digitalisasi maka pelaku usaha harus memiliki kemampuan yang baru seperti memanfaatkan digital marketing (Harahap *et al.*, 2021). Trend digital marketing

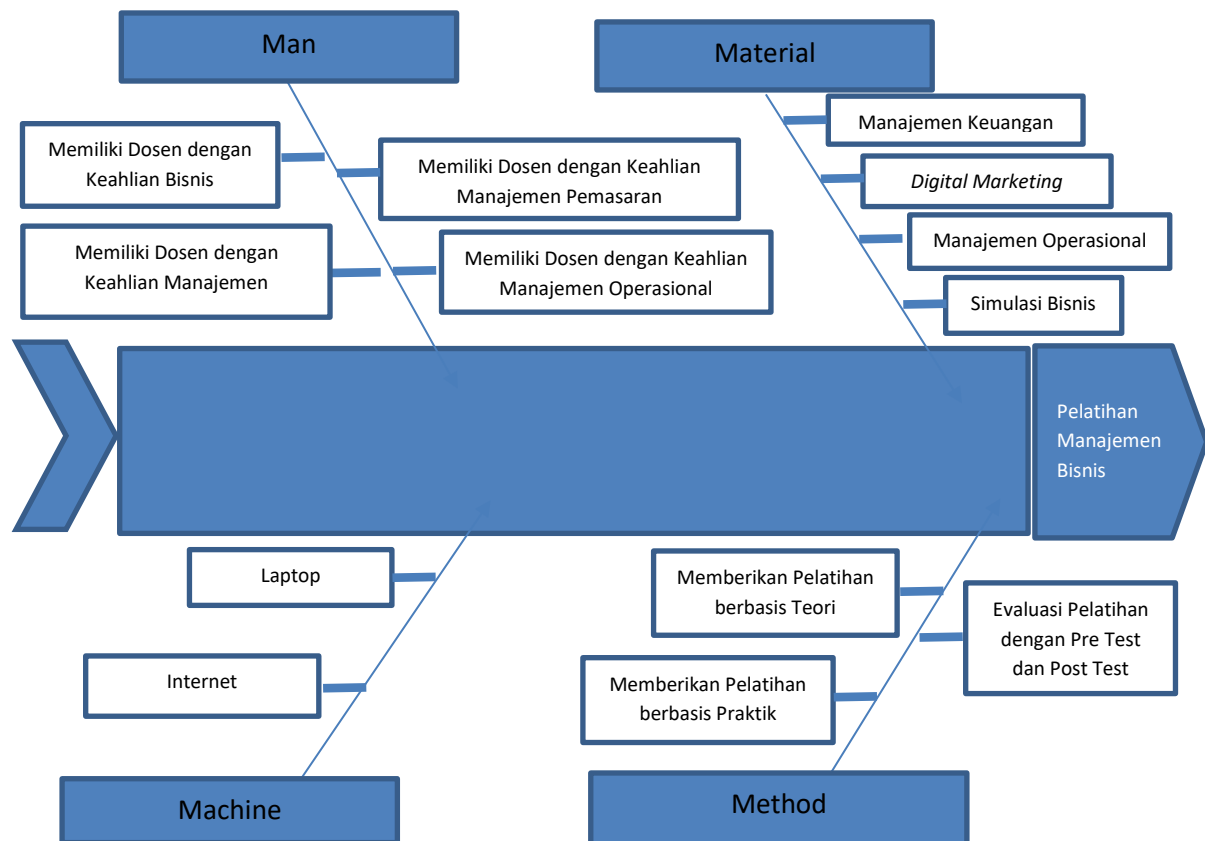
menjadi peluang bagi UKM untuk menyambut era industri 4.0. Digital (Irfani *et al.*, 2020). Media lain yang juga seringkali digunakan dalam digital marketing adalah media sosial, salah satunya Instagram (Naimah *et al.*, 2020). Instagram memiliki fitur Akun Bisnis yang memudahkan pelaku bisnis untuk membuat profil bisnis di Instagram dan mengoptimalkan kegiatan bisnis dengan memanfaatkan media sosial tersebut (Naimah *et al.*, 2020). Digital marketing diperlukan untuk memperluas promosi semua produk yang ditawarkan oleh UMKM sehingga dapat menaikkan income dan mengundang lebih banyak lagi konsumen yang memesan (Ridwan *et al.*, 2019).

Manajemen operasional merupakan salah satu fondasi penting dalam pengelolaan usaha yang efisien (Febriana *et al.*, 2025). Manajemen operasional dibutuhkan dalam sebuah bisnis untuk mengontrol aktivitas produksi (Mahbubah *et al.*, 2024). Pemilik UMKM dapat mengelola sumber daya dengan lebih baik, mengoptimalkan proses operasional, mengurangi biaya, meningkatkan kualitas produk atau layanan, dan memberikan kepuasan yang lebih baik kepada pelanggan (Pandia *et al.*, 2025). Manajemen operasional merupakan bagian manajemen yang erat kaitannya dengan mengawasi, merancang, dan mengendalikan kegiatan produksi (Mahbubah *et al.*, 2024). Dengan menerapkan prinsip-prinsip manajemen operasional yang mudah dipahami dan langsung dapat diaplikasikan, diharapkan pelaku usaha mampu meminimalkan pemborosan, meningkatkan kualitas produk, dan pada akhirnya meningkatkan daya saing mereka di pasar lokal maupun digital (Febriana *et al.*, 2025). Dengan mengikuti pelatihan keterampilan manajemen operasional, pemilik UMKM memiliki pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas dalam menjalankan operasional bisnis mereka (Pandia *et al.*, 2025).

Dalam menghadapi tantangan globalisasi dan era digital, pemahaman mengenai manajemen bisnis menjadi keterampilan penting yang perlu dimiliki generasi muda. Siswa SMA, sebagai calon pemimpin dan pelaku ekonomi masa depan, perlu mendapatkan edukasi dini tentang prinsip-prinsip dasar manajemen bisnis agar memiliki mindset wirausaha, kemampuan berpikir kritis, dan pemahaman tentang peluang usaha di masa depan. Kawasan Solo Raya (meliputi Kota Surakarta dan daerah sekitarnya: Boyolali, Klaten, Sukoharjo, Wonogiri, Sragen, dan Karanganyar) dikenal sebagai wilayah dengan potensi besar dalam ekonomi kreatif. Potensi ini muncul dari keberagaman sektor kreatif, seperti: batik dan kriya (kerajinan), kuliner, musik, seni pertunjukan, serta MICE (*Meeting, Incentive, Conference, Exhibition*). Karena Solo Raya memiliki ekosistem pelaku ekonomi kreatif yang aktif, maka wilayah ini dianggap strategis untuk dijadikan sasaran program edukasi—misalnya pelatihan, pendampingan, inkubasi bisnis, atau pendidikan vokasi—agar pelaku ekonomi kreatif semakin berkembang.

MonsoonSIM mentransformasi cara konsep bisnis diajarkan dengan menyediakan simulasi imersif yang melayani pelajar dari semua tingkatan, termasuk pendidik tingkat lanjut. Simulasi kami menawarkan pengalaman belajar yang unik dengan fitur-fitur utama seperti Kompleksitas Progresif, Kurikulum yang Dapat Disesuaikan, Aplikasi di Dunia Nyata, dan Fleksibilitas di Berbagai Tingkat Pendidikan (Moonsoonsim, 2025).

Metode analisis masalah dilakukan dengan membuat Diagram Fishbone. Diagram Fishbone dapat dilihat pada Gambar 1 dibawah ini :



Gambar 1. Metode Analisis Masalah dengan Diagram Fishbone

Metode yang dapat digunakan untuk menganalisis penyebab suatu masalah adalah diagram tukang ikan (*fishbone diagrams*) atau diagram Ishikawa, yang dimana diagram ini digunakan untuk mengidentifikasi atau mencari kemungkinan penyebab masalah yang terjadi, dengan mengklasifikasi beberapa faktor yang biasa digunakan dalam suatu penelitian yaitu mesin (*machine*), man (*man*), metode (*method*), material (*material*), pengukuran (*measurement*) dan lingkungan (*environment*) atau biasa juga disebut dengan 5M (Purwaningsih *et al.*, 2024). Namun, menurut Intan *et al.*, (2024), menyampaikan Fishbone Diagram sering digunakan untuk mengidentifikasi penyebab suatu masalah dalam suatu proses, dengan mempertimbangkan faktor-faktor seperti *man*, *machine*, *method*, *material*. Fishbone Diagram dapat digunakan untuk mengidentifikasi dan mengorganisir sebab-sebab yang mungkin muncul dari efek-efek khusus. Kemudian memisahkan akar penyebabnya dan menyebutkan beberapa permasalahan yang muncul (Widyahening, 2018). Menurut Aristriyana & Ahmad Fauzi, (2023), Manfaat Fishbone Diagram ini dapat menolong kita untuk menentukan akar penyebab masalah secara User Friendly.

2. Metode Pengabdian

Metode pengabdian dilakukan dengan memberikan pelatihan kepada Siswa di Solo Raya. Adapun rangkaian kegiatan ini adalah

a. Pretest: Mengukur Pengetahuan Awal Siswa

Kegiatan edukasi diawali dengan pelaksanaan pretest untuk mengukur tingkat pemahaman awal siswa terhadap konsep dasar manajemen bisnis. Pretest dilakukan dalam bentuk kuis pilihan ganda atau pertanyaan singkat yang mencakup topik-topik seperti manajemen keuangan, pemasaran digital, dan operasional bisnis. Tujuan dari pretest ini adalah untuk mengetahui sejauh mana wawasan siswa sebelum menerima materi, sehingga proses pembelajaran dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan tingkat pemahaman peserta.

b. Materi Manajemen Keuangan

Materi pertama disampaikan oleh Ibu Ni Komang Septia Noriska, M.M., dosen D3 Manajemen Bisnis Sekolah Vokasi Universitas Sebelas Maret. Dalam sesi ini, beliau menekankan pentingnya pencatatan pemasukan dan pengeluaran dalam pengelolaan usaha agar pelaku bisnis dapat mengetahui apakah bisnis yang dijalankan menghasilkan laba. Materi disampaikan dengan bahasa yang mudah dipahami serta disertai contoh sederhana yang relevan dengan kehidupan sehari-hari siswa, sehingga mereka mampu memahami peran penting manajemen keuangan dalam dunia usaha.

c. Materi Digital Marketing

Materi kedua bertajuk Digital Marketing disampaikan oleh Bapak Brian Gregory Adhihendra, S.E., M.Sc., dosen D3 Manajemen Bisnis Sekolah Vokasi Universitas Sebelas Maret. Beliau menjelaskan bahwa media sosial merupakan alat promosi yang sangat efektif karena memiliki jangkauan yang luas dan biaya yang efisien. Dalam bisnis, promosi merupakan kunci utama untuk mengenalkan produk kepada calon konsumen. Siswa diperkenalkan pada berbagai strategi promosi digital serta pentingnya membangun citra merek yang menarik di era teknologi saat ini.

d. Materi Manajemen Operasional

Materi ketiga disampaikan oleh Bapak Muhammad Tafdhil Amanda, S.E., M.Sc., dosen D3 Manajemen Bisnis Sekolah Vokasi Universitas Sebelas Maret, yang membahas tentang Manajemen Operasional. Dalam penyampaian, beliau menjelaskan pentingnya proses produksi dalam mengubah input menjadi output, serta bagaimana pelaku usaha harus menjaga efisiensi dan kualitas produk/jasa. Siswa juga diajak untuk membedakan karakteristik bisnis berbasis produk dan jasa, sehingga mereka memahami bagaimana operasional bekerja dalam berbagai jenis usaha.

e. Simulasi Bisnis

Materi keempat adalah sesi Simulasi Bisnis yang dipandu oleh Ibu Myrtana Pusparisti, S.Kom., M.Cs. Dalam sesi ini, siswa diajak langsung untuk mempraktikkan pengelolaan bisnis secara virtual melalui platform Monsoonsim. Setelah membuat akun di www.monsoonsim.com, siswa menjalankan simulasi

usaha jus dan bersaing dalam pengambilan keputusan bisnis untuk memperoleh pendapatan tertinggi. Kegiatan ini memberikan pengalaman nyata dalam menjalankan bisnis secara menyenangkan, kompetitif, dan edukatif.

f. **Evaluasi Pemahaman Siswa Setelah Kegiatan**

Sebagai penutup, dilakukan posttest untuk mengevaluasi peningkatan pemahaman siswa setelah mengikuti seluruh rangkaian materi. Posttest diberikan dalam format yang sama dengan pretest, sehingga hasilnya dapat dibandingkan. Hasil evaluasi ini menjadi indikator keberhasilan kegiatan edukasi dan dapat digunakan sebagai dasar perencanaan program lanjutan atau penguatan materi yang dirasa masih kurang dipahami oleh peserta.

3. Hasil Pengabdian

Pelaksanaan Kegiatan

Pada hari Jumat, tanggal 11 Juli 2025, kegiatan Edukasi Manajemen Bisnis Kepada Siswa SMA Solo Raya telah diselenggarakan di Baki, Sukoharjo. Acara ini merupakan hasil kolaborasi antara Program Studi D3 Manajemen Bisnis dan SMA Ar Rasyid Kartasura. Acara dibuka dengan penuh semangat oleh Alya Putri Fitriawan Mahasiswa D3 Manajemen Bisnis, yang bertindak sebagai pembawa acara, menambah semarak kegiatan ini.

Seluruh peserta dengan khidmat menyanyikan Lagu Indonesia Raya sebagai tanda dimulainya acara Edukasi Manajemen Bisnis Kepada Siswa SMA Solo Raya. Sambutan hangat disampaikan oleh Agreianti Puspitasari, S.E., M.B.A, Ketua Program Studi D3 Manajemen Bisnis, Sekolah Vokasi Universitas Sebelas Maret, yang mengapresiasi kolaborasi ini.

Penyampaian Materi dan Simulasi Bisnis

Materi edukasi pertama tentang Manajemen Keuangan disampaikan oleh Ibu Ni Komang Septia Noriska, M.M., yang merupakan Dosen D3 Manajemen Bisnis di Sekolah Vokasi Universitas Sebelas Maret. Dalam sesinya, Ibu Septia memberikan penjelasan mendalam mengenai pentingnya menghitung pemasukan dan pengeluaran dalam pengelolaan bisnis agar mengetahui apakah usahanya memiliki laba atau tidak. Ia juga memberikan contoh praktik nyata kepada Siswa SMA agar mudah diterima materi manajemen keuangan di kehidupan nyata saat ini.

Materi kedua, yang berjudul "*Digital Marketing*", dibawa oleh Bapak Brian Gregory Adhihendra, S.E., M.Sc., Dosen dari D3 Manajemen Bisnis Sekolah Vokasi Universitas Sebelas Maret. Media Sosial adalah *tools* yang dapat digunakan dalam melakukan promosi bisnis dengan biaya yang paling murah dan dapat menjangkau target pasar yang luas. Beliau menyampaikan bahwa dalam bisnis sangat penting kegiatan promosi agar produk yang dijual bisa diketahui calon konsumen sebelum membeli produk tersebut.

Narasumber terakhir menyampaikan Materi Manajemen Operasional. Bapak Muhammad Tafdhil Amanda, S.E., M.Sc. adalah pembicara ketiga yang juga merupakan Dosen D3 Manajemen Bisnis Sekolah Vokasi Universitas Sebelas Maret.

Manajemen Operasional menitikberatkan pada aktivitas dari mengubah input (bahan baku) menjadi output (barang jadi). Sehingga Pelaku usaha harus memperhatikan pentingnya kegiatan manajemen operasional agar dapat memberikan barang/ jasa yang berkualitas sesuai dengan harapan konsumen. Mahasiswa juga diajak untuk membedakan bisnis yang berfokus pada produk dan bisnis yang berfokus pada jasa. Sehingga siswa mendapatkan pengetahuan baru tentang Dunia Bisnis.

Materi Terakhir adalah Simulasi Bisnis yang disampaikan oleh Ibu Myrtana Pusparisti., S.Kom., M.Cs. Materi penutup yang tidak kalah seru dengan tiga materi sebelumnya. Pada sesi ini, Siswa diajak untuk melakukan simulasi bisnis menggunakan Gamification dari Monsoonsim. Mahasiswa langsung melakukan praktik dengan menggunakan Laptop. Siswa melakukan pendaftaran akun terlebih dahulu di <https://www.monsoonsim.com/> agar mendapatkan username dan password untuk login ke Simulasi Bisnis. Dalam simulasi ini, Siswa diajak untuk merasakan berjualan Jus secara virtual. Keseruan siswa mulai muncul ketika mereka berharap menjadi juara dalam permainan ini. Juara dalam permainan ini ditentukan dari Jumlah uang yang di miliki secara *cash* dan *revenue* yang didapat selama transaksi bisnis Jus tersebut.



Gambar 2. Dokumentasi akhir acara

Hasil nyata dari kegiatan simulasi bisnis ini terlihat dari pengalaman langsung yang diperoleh siswa dalam mengelola bisnis secara virtual melalui platform Monsoonsim. Dengan melakukan registrasi, login, dan praktik berjualan jus secara digital, siswa tidak hanya menguasai penggunaan teknologi simulasi, tetapi juga memahami konsep penting dalam dunia usaha, seperti pengelolaan stok, strategi penetapan harga, serta manajemen transaksi. Penentuan pemenang berdasarkan jumlah cash dan revenue yang diperoleh selama permainan membuat siswa belajar bahwa keberhasilan bisnis ditentukan oleh kemampuan mengelola keuangan secara tepat. Selain itu, suasana kompetitif yang muncul menumbuhkan semangat bersaing sehat, motivasi belajar, serta membentuk mindset kewirausahaan yang lebih kuat. Melalui pendekatan gamifikasi, proses pembelajaran menjadi lebih menyenangkan, interaktif, dan aplikatif,

sehingga siswa tidak hanya menerima teori, tetapi juga mampu merasakan dinamika praktik bisnis secara langsung.

Evaluasi dan Tindak Lanjut Kegiatan

Evaluasi pelaksanaan program dilakukan melalui pengisian formulir oleh peserta yang disediakan panitia. Peserta mengisi 2 kali, yaitu sebelum dan setelah penyampaian materi. Adapun hasil perhitungan rata-rata *pre test* dan *post test* diperoleh rata-rata *pre test* lebih rendah dari pada rata-rata *post test* sehingga bisa disimpulkan bahwa pelatihan tentang “Edukasi Manajemen Bisnis Kepada Siswa SMA Solo Raya” berhasil meningkatkan hasil yang lebih baik bagi peserta. Peserta menjadi mengetahui akan pentingnya penerapan manajemen bisnis ketika menjalankan sebuah usaha. Berikut adalah hasil perhitungannya:

Tabel 2. Hasil perhitungan pre test dan post test		
Jenis Tes	Jumlah Peserta	Rata-rata Nilai
Pre Test	20	70
Post Test	20	96

Analisis menggunakan Diagram Tulang Ikan menunjukkan bahwa kegiatan ini tidak hanya meningkatkan pengetahuan dan keterampilan siswa, tetapi juga menciptakan dasar yang kuat untuk perbaikan berkelanjutan dan adopsi praktik Bisnis yang lebih baik di masa mendatang. Kegiatan ini akan berlanjut dengan pendampingan atau konsultasi untuk membantu peserta mengatasi tantangan yang mereka hadapi dalam menerapkan simulasi bisnis menggunakan Monsoonsim. Dengan melakukan evaluasi yang komprehensif dan berkelanjutan, program pelatihan dapat terus disempurnakan dan memberikan manfaat yang maksimal bagi Siswa SMA di Solo Raya.

Acara ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang besar bagi para siswa untuk menumpuhkan jiwa menjadi pengusaha sejak duduk dibangku SMA. Dengan adanya pelatihan dan sosialisasi mengenai manajemen bisnis, para Siswa SMA di Solo Raya diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam mengelola usaha nantinya. Selain itu, acara ini juga bertujuan untuk memperkuat kolaborasi antar institusi pendidikan. Kolaborasi ini penting untuk menciptakan sinergi yang positif dalam pengembangan teknologi dan inovasi di bidang manajemen bisnis. Dengan adanya dukungan dari Universitas Sebelas Maret dan SMA Ar Rasyid Kartasura dapat mendapatkan akses terhadap sumber daya dan keahlian yang lebih luas.

4. Kesimpulan

Pelatihan "Edukasi Manajemen Bisnis Kepada Siswa SMA Solo Raya" berhasil mencapai tujuan utamanya yaitu meningkatkan pengetahuan dan pemahaman Siswa tentang pentingnya manajemen keuangan, *digital marketing*, dan manajemen operasional dalam usaha. Hasil analisis *pre-test* dan *post-test* menunjukkan peningkatan signifikan dalam pengetahuan peserta setelah mengikuti pelatihan, yang mengindikasikan bahwa materi dan metode pelatihan yang digunakan efektif. Peserta kini lebih menyadari pentingnya penerapan simulasi bisnis sebelum memiliki bisnis

nyata yang bisa memberikan keuntungan usaha mereka nantinya, serta memahami konsep-konsep dasar manajemen bisnis yang relevan dengan dunia usaha mereka.

Untuk menjaga keberlanjutan dan meningkatkan efektivitas program pelatihan di masa mendatang, beberapa saran berikut dapat dipertimbangkan. Pertama, materi pelatihan dapat diperluas dengan peserta pelaku bisnis yang sudah memiliki bisnis nyata agar dalam menerima materi teoritis dapat bertanya lebih dalam terkait praktik bisnis yang sudah dijalankan. Kedua, program pendampingan dan konsultasi setelah pelatihan dapat diperkuat untuk membantu peserta menerapkan pengetahuan yang mereka peroleh dalam praktik simulasi bisnis dengan menggunakan perangkat pribadinya. Ini dapat mencakup sesi penjadwalan pertandingan simulasi bisnis dan menambah variasi bisnis selain dengan simulasi bisnis Jus.

Ketiga, melakukan evaluasi jangka panjang untuk memantau dampak pelatihan terhadap realisasi siswa dalam menciptakan usaha nyata. Data dari evaluasi ini dapat digunakan untuk memperbaiki program pelatihan dan menyesuaikan materi sesuai kebutuhan peserta. Keempat, memperkuat kolaborasi dengan berbagai pihak, termasuk akademisi, praktisi industri, dan lembaga internasional untuk memperkaya konten pelatihan dan memastikan relevansi global.

Ucapan Terimakasih

Terimakasih kami ucapkan kepada Universitas Sebelas Maret yang sudah memberikan pendanaan dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, sehingga kegiatan ini dapat berjalan sesuai dengan yang telah direncanakan. Kami juga mengucapkan terimakasih kepada SMA Ar Rasyid yang telah mengirimkan siswa untuk ikut berpartisipasi dalam kegiatan Edukasi Manajemen Bisnis Kepada Siswa SMA Solo Raya.

Referensi

- Ariadin, M., & Safitri, T. A. (2021). Perilaku Manajemen Keuangan Pada Umkm Sentra Kerajinan Kayu Di Kabupaten Dompu. *Among Makarti*, 14(1), 31–43. <https://doi.org/10.52353/ama.v14i1.203>
- Aristriyana, E., & Ahmad Fauzi, R. (2023). Analisis Penyebab Kecacatan Produk Dengan Metode Fishbone Diagram Dan Failure Mode Effect Analysis (Fmea) Pada Perusahaan Elang Mas Sindang Kasih Ciamis. *Jurnal Industrial Galuh*, 4(2), 75–85. <https://doi.org/10.25157/jig.v4i2.3021>
- Fauzi, H. (2020). Pelatihan Manajemen Keuangan Bagi Pelaku Umkm Sebagai Upaya Penguatan Umkm Jabar Juara Naik Kelas. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 247–255. <https://doi.org/10.31949/jb.v1i3.324>
- Febriana, W., Anggriani, R., Sumadewa, I. N. Y., Widyawati, L., Noviansyah, & Faerrosa, Lady. (2025). Manajemen Operasional Implementasi Manajemen Operasional Sederhana untuk Meningkatkan Efisiensi Produksi pada Pelaku UMKM di Desa Beleka kecamatan Praya Timur kabupaten Lombok Tengah: Implementasi Manajemen Operasional Sederhana. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat IPTEKS*, 2(2), 1–9.
- Handayani, M. A., Amalia, C., & Sari, T. D. R. (2022). Pengaruh Pengetahuan

- Keuangan, Sikap Keuangan dan Kepribadian Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan (Studi Kasus pada Pelaku UMKM Batik di Lampung). *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 647–660. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i2.2262>
- Harahap, H. S., Dewi, N. K., & Ningrum, E. P. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi UMKM. *Jurnal Loyalitas Sosial: Journal of Community Service in Humanities and Social Sciences*, 3(2), 77. <https://doi.org/10.32493/jls.v3i2.p77-85>
- Irfani, H., Yeni, F., & Wahyuni, R. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Pada Ukm Dalam Menghadapi Era Industri 4.0. *JCES (Journal of Character Education Society)*, 3(3), 651–659.
- Mahbubah, N. A., Hidayat, H., & Kurniawan, M. D. (2024). Peningkatan Kualitas Manajemen Operasional Pelaku UMKM dengan Menerapkan Aplikasi Microsoft Excel (Studi Kasus: UMKM Sidayu). *JGEN: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 153–158. <https://doi.org/10.60126/jgen.v2i1.319>
- Moonsoonsim. (2025). *Why Choose Moonsoonsim?*. <https://moonsoonsim.com/>
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 39. <https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844>
- Novianti, M., & Salam, A. (2021). Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan Dan Kepribadian Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Pelaku UMKM Di Moyo Hilir. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 18–26.
- Pandia, W. D. B., Sari, N., Sembiring, K. N. B., & Gulo, Philipus Pilarzato Sinaga, I. N. (2025). Analisis Strategi Manajemen Operasional Terhadap UMKM. *JIMU: Jurnal Ilmiah Multi Disiplin*, 3(3), 1978–1987. <https://doi.org/10.70294/jimu.v3i03.977>
- Purwaningsih, E., Vega Monica, A. A., Syarmith Ananda, E., Fasya, F., Solichin, M., Agustina, N., & Noor Ibrahim, S. M. (2024). Evaluasi Waktu Tunggu Pelayanan Pendaftaran Di Puskesmas Segiri Kota Samarinda Menggunakan Fishbone Diagrams. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(1), 776–781. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i1.2636>
- Ramadhani, I. P., & Winardini, W. (2024). Analisis Diagram Fishbone Dalam Kebijakan Pengelolaan Sampah Di Kota Surabaya. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(5), 3031–5220. <https://doi.org/10.31764/jces.v3i3.2799>
- Ridwan, I. M., Fauzi, A., Aisyah, I., Susilawati., & Sofyan, I. (2019). Penerapan Digital Marketing Sebagai Peningkatan Pemasaran Pada UKM Warung Angkringan “WAGE” Bandung. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 137–142. <https://doi.org/10.31294/jabdimas.v2i1.4974.g2941>
- Rumbinianingrum, W., & Wijayangka, C. (2018). Pengaruh literasi keuangan terhadap pengelolaan keuangan UMKM. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (ALMANA)*, 2(3), 155–163. <https://doi.org/10.36555/almana.v2i3.162>
- Widyahening, C. E. T. (2018). Penggunaan Teknik Pembelajaran Fishbone Diagram Dalam Meningkatkan Keterampilan Membaca Siswa. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 2(1), 11. <https://doi.org/10.32585/jkp.v2i1.59>