

PENGUATAN KAPASITAS KEWIRAUSAHAAN SISWA SMK MELALUI INTEGRASI DESAIN PROMOSI, MANAJEMEN KEUANGAN, DAN LITERASI LEGALITAS DIGITAL

Nurita Elfani Prasetyaningrum¹, Ramadhian Agus Triono Sudalyo^{2*},
Gesang Kristianto Nugrohotomo³, Giyono⁴

¹Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta, Indonesia

^{2,3}Program Studi Teknik Informatika Fakultas Teknik Elektro dan Informatika
Universitas Surakarta, Indonesia

⁴Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta, Indonesia

Email: *ramadhianagustriono@gmail.com

Abstrak

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas kewirausahaan siswa SMK melalui integrasi pelatihan desain konten promosi digital, tata kelola keuangan sederhana, dan pemahaman aspek legalitas usaha, khususnya hak kekayaan intelektual. Program dilaksanakan selama tiga hari di SMK PGRI Sukoharjo dan SMK Ma'arif NU 2 Klego Boyolali dengan melibatkan 40 siswa dari jurusan Bisnis dan TIK. Metode yang digunakan meliputi pelatihan partisipatif, pendampingan praktik langsung, dan evaluasi berbasis *pre-test* dan *post-test*. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa 95% siswa mampu menghasilkan konten promosi menggunakan Canva dan CapCut, 97,5% siswa berhasil menerapkan pembukuan keuangan sederhana, serta 87,5% siswa memahami pentingnya perlindungan hak cipta dan menyusun identitas usaha.

Kata kunci: desain konten digital, pembukuan sederhana, hak kekayaan intelektual, siswa SMK, kewirausahaan muda

Abstract

This Community Service Program aimed to enhance the entrepreneurial capacity of vocational high school (SMK) students through integrated training in digital promotional content design, basic financial management, and legal awareness, particularly in intellectual property rights. The program was conducted over three days at SMK PGRI Sukoharjo and SMK Ma'arif NU 2 Klego Boyolali, involving 40 students from Business and ICT departments. The applied methods included participatory workshops, hands-on mentoring, and pre-test and post-test evaluations. The results show that 95% of students were able to create promotional content using Canva and CapCut, 97.5% successfully implemented simple bookkeeping systems, and 87.5% understood the importance of copyright and managed to develop their business brand identities. This activity not only improved students' practical skills but also raised their awareness of administrative and legal aspects in building sustainable enterprises.

Keywords: *digital content design, basic bookkeeping, intellectual property rights, vocational students, youth entrepreneurship*

1. PENDAHULUAN

Transformasi digital telah membawa perubahan mendasar dalam pola kerja, komunikasi, dan aktivitas bisnis, termasuk di sektor kewirausahaan muda. Di tengah berkembangnya teknologi

informasi dan komunikasi, para pelajar, khususnya siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), dituntut untuk tidak hanya menguasai aspek teknis bidang keahliannya, tetapi juga memiliki kemampuan dalam merancang strategi pemasaran digital, mengelola keuangan usaha secara sistematis, serta memahami pentingnya perlindungan hak kekayaan intelektual (HKI) sebagai bagian dari legalitas bisnis.

Hasil survei awal oleh Tim PkM Universitas Surakarta (2025) terhadap 40 siswa SMK PGRI Sukoharjo dan SMK Ma'arif NU 2 Klego Boyolali menunjukkan bahwa sebagian besar dari peserta (85%) telah merintis usaha sederhana seperti makanan ringan, jasa desain grafis, dan penjualan barang bekas (*thrift*). Namun, hanya 30% yang memanfaatkan desain konten profesional dalam promosinya, 70% belum melakukan pencatatan keuangan secara terstruktur, dan 95% tidak memahami pentingnya perlindungan hak cipta atau prosedur pendaftaran merek dagang (Kementerian Hukum dan HAM RI, 2023).

Ketimpangan tersebut mengindikasikan adanya tiga persoalan strategis dalam praktik kewirausahaan siswa SMK. Pertama, keterbatasan kemampuan dalam membuat konten promosi yang menarik secara visual. Dalam konteks ini, *Visual Communication Theory* menekankan bahwa konten visual yang efektif harus memenuhi prinsip kesederhanaan, konsistensi identitas merek, dan memiliki *call-to-action* yang jelas (Lester, 2022). Penelitian oleh (Zhang et al., 2021) bahkan menunjukkan bahwa desain visual yang tepat dapat meningkatkan interaksi konsumen hingga 40%. Penerapan tools seperti Canva dan CapCut juga terbukti meningkatkan kualitas konten media sosial UMKM muda (Lee & Kim, 2022).



Gambar 1. Visualisasi kerangka konseptual

Kedua, lemahnya literasi keuangan siswa menjadi faktor penghambat keberlanjutan usaha. Literasi akuntansi dasar seperti pencatatan transaksi harian, laporan kas masuk-keluar, dan penghitungan laba sederhana merupakan elemen penting dalam manajemen keuangan mikro (Warren et al., 2023). Studi oleh (Wardani et al., 2021) menunjukkan bahwa akuntansi mikro dapat meningkatkan efisiensi hingga 25% pada pelaku UMKM. Sementara itu, penerapan Excel dalam pembukuan terbukti mengurangi kesalahan pencatatan hingga 40% (Pratama & Wijaya, 2023). Namun, (Sari et al., 2020) menemukan bahwa 72% siswa SMK jurusan bisnis masih kesulitan membedakan antara modal dan laba usaha, menandakan perlunya intervensi edukatif di bidang ini.

Ketiga, aspek legalitas usaha, khususnya kesadaran akan pentingnya perlindungan HKI, belum menjadi perhatian utama siswa SMK. Padahal, dalam laporan (World Intellectual Property

Organization, 2021), disebutkan bahwa HKI adalah instrumen utama dalam membangun daya saing dan melindungi aset kreatif wirausaha. (Nugroho et al., 2020) menyebutkan bahwa hanya 8% pelajar Indonesia yang memahami prosedur pendaftaran merek. Selama pandemi, (Statistik Pendaftaran Hak Cipta dan Merek Dagang. Kementerian Hukum dan HAM RI, 2023) mencatat lonjakan pelanggaran hak cipta desain digital sebesar 200%, menunjukkan urgensi pendidikan HKI sejak jenjang pendidikan menengah. (Puspitasari et al., 2022) menambahkan bahwa pemahaman *digital marketing* yang baik harus dibarengi dengan pengetahuan legal dalam menggunakan konten, gambar, dan musik secara sah di *platform* daring.



Gambar 2. Hubungan antar komponen

Dalam konteks pelajar SMK, pendekatan *technopreneurship* menjadi relevan sebagai strategi pendidikan kewirausahaan berbasis teknologi. (Sudalyo, 2023) menekankan pentingnya integrasi keterampilan teknologi informasi, desain promosi, dan kesadaran hukum dalam membangun karakter wirausaha digital. Hal ini diperkuat oleh temuan (Prasetyaningrum & Sudalyo, 2024) yang menunjukkan bahwa penggabungan strategi *digital marketing* dengan pencatatan keuangan mikro mampu meningkatkan kinerja UMKM pemula di Boyolali. Bahkan, dalam pelatihan serupa sebelumnya, (Sudalyo, et al., 2023) menunjukkan bahwa pemberdayaan siswa SMK melalui pelatihan konten promosi berbasis hak cipta mampu meningkatkan kesadaran hukum dan kepercayaan diri siswa dalam membangun identitas merek secara mandiri.

Berdasarkan latar belakang dan kajian literatur tersebut, program pengabdian ini dirancang untuk mengintegrasikan pelatihan desain konten digital, pembukuan keuangan sederhana, dan literasi HKI ke dalam satu model kegiatan berbasis partisipatif. Kegiatan ini dilaksanakan selama tiga hari di dua SMK mitra dan melibatkan siswa dari jurusan Bisnis dan TIK. Harapannya, pendekatan ini tidak hanya menghasilkan peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga membentuk pola pikir kewirausahaan yang legal, adaptif, dan siap bersaing di era digital. Kegiatan pengabdian ini menyajikan secara sistematis proses pelaksanaan kegiatan, hasil evaluasi, dan dampaknya terhadap penguatan kapasitas wirausaha siswa SMK serta potensi replikasi model pelatihan serupa di lembaga pendidikan lainnya.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian ini dirancang menggunakan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) dengan model intervensi edukatif-partisipatif. Pendekatan ini dipilih karena dinilai efektif

dalam memberikan ruang kepada peserta (siswa SMK) untuk tidak hanya menjadi objek, tetapi juga subjek aktif dalam proses pelatihan dan pendampingan. Metode ini mengintegrasikan tahapan edukasi, praktik langsung, evaluasi, serta refleksi, yang disesuaikan dengan karakteristik peserta dan tujuan kegiatan.

Kegiatan berbentuk *workshop* interaktif dan pendampingan langsung di lokasi, dilaksanakan selama tiga hari berturut-turut, yaitu pada tanggal 15–17 April 2025. *Workshop* mencakup tiga topik utama: desain konten promosi digital, akuntansi mikro untuk usaha kecil, dan perlindungan hak kekayaan intelektual (HKI).

Lokasi dan Sasaran *workshop* meliputi:

Tabel 1 Sasaran dan Lokasi

Komponen	Detail
Sasaran	40 siswa dari dua SMK kelas XI dan XII dengan jurusan pemasaran dan desain komunikasi visual
Kriteria Peserta	Memiliki usaha sampingan/minat wirausaha
Lokasi Pelatihan	a. SMK PGRI Sukoharjo, Jl. Tentara Pelajar No.766, Gadingan, Sukoharjo. b. SMK Ma'arif NU 2 Klego, Karangpakel, Sumberagung, Klego, Boyolali.
Mitra Pendukung	Guru kewirausahaan

Tim pelaksana berasal dari Universitas Surakarta. Setiap anggota tim berperan sebagai narasumber sekaligus fasilitator sesuai bidang keahliannya. Adapun tim pelaksana terdiri dari:

Tabel 2. Tim Pelaksana dan Peran

Nama Pemateri	Bidang Keahlian	Peran
Ramadhian Agus Triono Sudalyo, S.Ag., S.Kom., M.M	Desain Promosi Digital	Ketua Tim PkM & Pemateri Utama
Nurita Elfani Prasetyaningrum, S.E., M.Si	Akuntansi Mikro	Anggota Tim & Pemateri
Gesang Kristanto Nugrohotomo, S.Kom., M.H	Hak Kekayaan Intelektual	Anggota Tim & Pemateri

Adapun alat dan bahan yang digunakan pada *workshop* ini meliputi:

Tabel 3. Alat dan Bahan yang Digunakan pada Workshop

Kategori	Alat/Bahan
Desain Konten	- Canva (versi gratis/pro)
	- CapCut
	- Smartphone
	- Laptop
	- Template Instagram/TikTok
Pembukuan Mikro	- Excel / Google Sheets
	- Buku kas

Kategori	Alat/Bahan
	- Contoh laporan keuangan sederhana
	- Panduan DJKI
Hak Kekayaan Intelektual (HKI)	- Formulir simulasi pendaftaran merek
	- Studi kasus pelanggaran HKI

Pelaksanaan kegiatan terbagi ke dalam beberapa sesi tematik, sebagai berikut:

Tabel 4. Tahapan Pelaksanaan

Hari	Sesi	Kegiatan
Hari 1	Sesi 1: Pembukaan & Survei Kebutuhan (1 jam)	Pembukaan & survei kebutuhan kewirausahaan siswa.
	Sesi 2: Desain Konten Promosi Digital (3 jam)	Pelatihan prinsip desain visual dasar (kontras, keseimbangan, konsistensi <i>brand</i>).
	Sesi 3: Desain Konten Promosi Digital (3 jam)	Praktik membuat <i>feed</i> Instagram & <i>reels</i> promosi produk siswa menggunakan Canva dan CapCut.
Hari 2	Sesi 4: Pembukuan Sederhana (1,5 jam)	Pelatihan pembukuan usaha (kas masuk-keluar, pencatatan transaksi harian).
	Sesi 5: Pembukuan Sederhana (1,5 jam)	Simulasi pembukuan usaha rintisan siswa menggunakan Excel/Google Sheets.
	Sesi 6: Hak Kekayaan Intelektual (3 jam)	Sosialisasi hak cipta dan merek dagang; studi kasus pelanggaran desain digital.
		Demo: Pengisian formulir pendaftaran HKI <i>online</i>
Hari 3	Sesi 7: Konsultasi Proyek Individu (2 jam)	Konsultasi proyek usaha individu siswa (desain konten, pembukuan, dan <i>brand</i>).
	Sesi 8: Evaluasi (1 jam)	Evaluasi <i>pre-test</i> dan <i>post-test</i> ; penilaian portofolio desain, laporan keuangan, dan identitas merek.
	Sesi 9: Penutupan (1 jam)	Penutupan dan penyerahan sertifikat



Gambar 3. Materi Desain Konten Promosi Digital Ramadhan Agus T.S



Gambar 4. Materi Pembukuan Sederhana Nurita Elfani P



Gambar 5. Materi Hak Kekayaan Intelektual Gesang Kristanto Nugrohotomo

Metode evaluasi dan pengumpulan data, yaitu evaluasi dilakukan melalui kombinasi metode kuantitatif dan kualitatif:

Tabel 5. Metode Evaluasi dan Pengumpulan Data

Jenis Evaluasi	Metode	Teknik Pengumpulan Data	Indikator yang Dinilai
Kuantitatif	1. Pre-test dan Post-test (Skala Likert)	Tes tertulis menggunakan skala Likert	Peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta
	2. Penilaian capaian keterampilan	Lembar penilaian berbasis indikator kinerja	- Jumlah konten yang dibuat - Kelengkapan laporan keuangan - Identitas merek yang disusun
Kualitatif	1. Observasi partisipatif	Catatan lapangan selama praktik	Proses pelaksanaan dan keterlibatan siswa
	2. Wawancara semi-terstruktur	Panduan wawancara dengan guru pendamping dan siswa	Persepsi, pengalaman, dan kendala dalam pelaksanaan
	3. Dokumentasi kegiatan	Foto, hasil karya siswa, dan laporan keuangan	Bukti fisik ketercapaian kegiatan

Sedangkan indikator keberhasilan kegiatan ditetapkan sebagai berikut:

Tabel 6. Indikator Keberhasilan Kegiatan

Aspek	Indikator Keberhasilan
Desain Konten	$\geq 70\%$ siswa mampu menghasilkan ≥ 5 konten promosi yang layak unggah.
Pembukuan Mikro	$\geq 50\%$ siswa mampu membuat dan menggunakan pembukuan harian usaha.
Pemahaman HKI	$\geq 75\%$ siswa memahami pentingnya HKI dan mampu menyusun identitas merek lengkap (nama, logo, deskripsi usaha).

Untuk data dianalisis menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif untuk melihat tingkat pencapaian capaian indikator (dalam bentuk persentase) dan analisis naratif kualitatif untuk menginterpretasi proses belajar dan perubahan perilaku siswa. Triangulasi dilakukan untuk mengkonfirmasi kesesuaian antara hasil *pre-post test* dengan observasi lapangan dan testimoni peserta.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan selama tiga hari berturut-turut pada 15–17 April 2025, dengan melibatkan 40 siswa dari SMK PGRI Sukoharjo dan SMK Ma'arif NU 2 Klego Boyolali. Kegiatan terdiri atas tiga pilar pelatihan: desain konten promosi digital, tata kelola keuangan usaha mikro, dan literasi hukum usaha terkait perlindungan hak kekayaan intelektual.

DAFTAR PESERTA
PELATIHAN DESAIN KONTEN PROMOSI, TATA KELOLA KEUANGAN, DAN ASPEK LEGALITAS DI ERA DIGITAL
15-17 April 2025

BEROLAH
BEDANG KEAHLIAN
PROGRAM KEAHLIAN

: SMK MA'ARIF NU 2 KLEGO BOYOLALI
: BISNIS DAN MANAJEMEN
: MANAJ. PERKANT. & LAYANAN BISNIS

No	NIS	NAMA PESERTA	L/P	Tanda Tangan
1	11031	AYU SRI WULANDARI	P	
2	11032	BELLA CITRA SACTIAR	P	
3	11033	BIRFANS WAWU CHEALOVA	P	
4	11034	BUNGA CETRA LESTARI	P	
5	11035	CINTYA AYU RUSPANGRUB	P	
6	11036	DEVI CHOIRUNISA	P	
7	11038	FANNY MELIA PUTRI	P	
8	11039	HERTI PERLY RAMADHANI	P	
9	11041	INTIH MELLIANATI SUYOTO	P	
10	11043	ANISA PUTRI KUNESTIA	P	
11	11044	NASTYWA SALSABELA NURANI	P	
12	11045	NIRMA DWI ARLIN REI LADENI	P	
13	11046	NOVI RAHMAWATI	P	
14	11048	RSYA YUDAS RAHMADANI	P	
15	11049	SAPRIEDA RIJQZNA APRILIA	P	
16	11050	SALWA FITRIANA NUR ASIFA	P	
17	11051	DIPTIANA RAMADHANI NABELA ADYANI	P	
18	11052	SITI NAILA ALFARINI	P	
19	11054	VIOLA ZELLA NAFESSA TURROHMAN	P	
20	11058	MUHAMMAD ABDUL SYUKUR AL FALSI	L	
21	11059	APRILA ADITYA SAPUTRA	L	
22	11055	YONNA BERLIANA PUTRI	P	


 Kepala Sekolah
 Nuzulita, S.Pd, M.Pd

DAFTAR HAZIR PENGANGGAH KEPADA MASYARAKAT UNIVERSITAS SUKARTA
SMK POLE SUKARAJATI
2025

BEROLAH KEAHLIAN
PROGRAM KEAHLIAN
KONSENTRASI KEAHLIAN

: BIZNIS DAN EKONOMI KREATIF
: DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
: DESI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

No	NIS	NAMA CALON PESERTA DIDIK	L/P	SANGGAL LAJER	ALAMAT	Tanda Tangan
1	11011	AUSLITIA PUTRI RUM RAHMAWATI	P	17-Agu-07	Brangberas, U5, 03, Bendoari, Sukoharjo	
2	11011	APRIATI LUMBERDIS	L	12-Agu-05	Pogogo, 04, 03, Jaten, Sukoharjo	
3	11014	WINDITA MELIA KUMI	P	11-Jan-08	Bendang, 02, 02, Jaten, Sukoharjo	
4	11019	MUSYARA ABISA SAPUTRA	L	13-Okt-07	Waler, 02, 05, Jaten, Sukoharjo	
5	11019	ANISA NITICHAWATI	P	10-Mai-07	Jaten, 02, 03, Jaten, Sukoharjo	
6	11024	BUNYAM LUSYI KHANULLAH	L	13-Feb-07	Mogogo, 03, 03, Jaten, Sukoharjo	
7	11027	CHRISTIAN SEPTA MARGARA	L	11-Nov-08	Bendo Duka, 02, 11, Bendo, Sukoharjo	
8	11028	EFRIYITTA FRENCH SUPRIANI	P	22-Okt-07	Jaten, 02, 01, Jaten, Sukoharjo	
9	11029	ILHA NAILA KALIDIA	P	24-Agu-08	Kempolan, 02, 08, Jaten, Sukoharjo	
10	11031	IZIDA ANISA PALITAMA	P	20-Dec-09	Hassan, 02, 02, Pogogo, Sukoharjo	
11	11032	KEVIN ARUM SIANI	L	10-Jan-07	Bek. Telen, 04, 05, Baki Panti Dag, Sukoharjo	
12	11033	LEILA AGYIA	P	24-Nov-05	Tegayaji, 06, 02, Puaran, Sukoharjo	
13	11034	MALAKA SARI NORTO	L	7-Okt-06	Jaten, 02, 05, Goding, Sukoharjo	
14	11035	KEWANDE FIVY BONDARWATI	P	8-Feb-09	Tulung, 02, 08, Bendoari, Sukoharjo	
15	11039	RENDA NISYA WYFANIE	P	2-Sep-05	Kecayaji, 04, 03, Kaban, Sukoharjo	
16	11039	SYAFIRA ILLA CHERISSASARI	P	10-Jan-07	Pala Nyandi, 02, 08, Pogogo, Sukoharjo	
17	11039	SYAFWA MANSUKHI	P	3-Agu-07	Jaten, 02, 04, Bendoari, Sukoharjo	
18	11039	TRI MARGARET SAPUTRI	L	23-Okt-09	Wiro, 02, 04, Bendoari, Sukoharjo	

Sukoharjo, 18 April 2025
 Nuzulita, S.Pd, M.Pd
 Kepala Sekolah

Gambar 6. Presensi Peserta Pelatihan

Hasil kegiatan diuraikan berdasarkan masing-masing aspek, yaitu ada hari pertama, pelatihan difokuskan pada pembuatan konten visual menggunakan Canva dan CapCut. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa 95% peserta (38 dari 40 siswa) berhasil membuat minimal lima konten promosi produk usaha mereka secara mandiri. Konten yang dihasilkan berupa *feed* Instagram, desain kemasan makanan, dan video promosi berdurasi pendek yang disesuaikan dengan segmentasi pasar masing-masing. Observasi fasilitator menunjukkan bahwa siswa sangat antusias saat mencoba berbagai fitur desain visual, seperti pemilihan warna *brand*, *font*, dan *layout*. Beberapa karya siswa bahkan telah diunggah di media sosial dan mengalami peningkatan *engagement* hingga 2,5 kali lipat, sebagaimana terukur dari jumlah likes dan interaksi dibandingkan sebelum pelatihan. Temuan ini mendukung teori

(Lester, 2022) bahwa *visual communication* yang memenuhi unsur kesederhanaan, konsistensi, dan CTA efektif mampu meningkatkan perhatian audiens. Peningkatan keterampilan ini juga sejalan dengan hasil penelitian (Zhang et al., 2021) yang menyebutkan bahwa desain konten berkualitas tinggi dapat meningkatkan potensi penjualan UMKM hingga 40%.



Gambar 7. Sesi Pelatihan Desain Promosi Digital

Sesi pelatihan hari kedua menitikberatkan pada akuntansi mikro. Hasil yang dicapai menunjukkan bahwa 97,5% peserta (39 dari 40 siswa) berhasil membuat pembukuan transaksi harian menggunakan format Excel dan Google Sheets yang disediakan tim. Kelompok siswa juga membentuk simulasi unit usaha (5 kelompok) dan masing-masing menyusun laporan kas masuk-keluar. Melalui praktik ini, siswa dapat mengidentifikasi kesalahan umum seperti pencampuran uang pribadi dan usaha. Selain itu, lima kelompok usaha menemukan kebocoran kas antara Rp50.000 – Rp200.000 per bulan yang sebelumnya tidak terdeteksi akibat tidak adanya sistem pencatatan. Hasil ini mendukung penelitian (Warren et al., 2023) dan (Wardani et al., 2021), yang menegaskan bahwa akuntansi mikro berperan penting dalam menjaga keberlangsungan usaha kecil. Temuan ini juga relevan dengan studi (Pratama & Wijaya, 2023), yang menunjukkan efektivitas penggunaan Excel dalam menurunkan kesalahan pencatatan hingga 40%.



Gambar 8. Sesi Pelatihan Akuntansi Mikro

Materi hak cipta dan merek dagang disampaikan pada hari kedua dan ketiga. Berdasarkan hasil pre-test, hanya 15% siswa yang memahami konsep dasar HKI. Namun, setelah sesi pelatihan dan simulasi pendaftaran merek secara online, hasil post-test menunjukkan peningkatan pemahaman hingga 78%, dengan 87,5% peserta (35 dari 40 siswa) berhasil menyusun identitas usaha lengkap (nama merek, logo, dan deskripsi). Sebagian siswa membuat brand fiktif namun potensial, seperti "VocaPrint" (percetakan digital), "Kreasi Boga Klego" (kuliner), dan "Shinywear" (fashion remaja). Desain logo dan deskripsi usaha mereka mengacu pada prinsip *brand identity* dan orisinalitas yang dapat didaftarkan ke DJKI. Namun demikian, sebagian besar siswa belum melanjutkan proses pendaftaran resmi karena kendala biaya. Simulasi ini memperkuat temuan (Nugroho et al., 2020) tentang rendahnya literasi HKI di kalangan pelajar. Namun, melalui pendekatan praktis yang dilakukan dalam kegiatan ini, terdapat peningkatan signifikan kesadaran hukum dan keinginan untuk melindungi aset kreatif. Ini juga membuktikan bahwa metode edukatif-partisipatif mampu meningkatkan literasi hukum secara kontekstual, sebagaimana disarankan (World Intellectual Property Organization, 2021).



Gambar 9. Sesi Pelatihan Hak Cipta

Tabel berikut menyajikan perbandingan antara target indikator dan hasil aktual kegiatan:
Tabel 7. Target Indikator dan Hasil Aktual Kegiatan

Indikator	Target	Capaian Aktual	Status
Desain konten promosi	≥70% siswa	95% siswa	Melebihi target
Pembukuan usaha sederhana	≥50% siswa	97,5% siswa	Melebihi target
Pemahaman dan simulasi HKI	≥75% siswa	87,5% siswa	Melebihi target

Capaian tersebut menunjukkan bahwa ketiga aspek pelatihan berjalan dengan sangat baik dan melebihi ekspektasi yang telah ditetapkan. Kegiatan ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga membentuk kesadaran legal dan kedisiplinan administratif siswa dalam menjalankan usahanya.

Beberapa faktor pendukung keberhasilan kegiatan ini adalah: 1) Ketersediaan infrastruktur sekolah (lab komputer, koneksi internet, dan ruang kelas interaktif); 2) Partisipasi aktif guru kewirausahaan yang berperan sebagai penghubung antara tim PkM dan siswa; 3) Sertifikasi pelatihan yang meningkatkan antusiasme dan nilai tambah siswa. Sementara itu, tantangan yang dihadapi meliputi: 1) Keterbatasan perangkat digital milik siswa, terutama smartphone berspesifikasi rendah; 2) Koneksi internet yang tidak stabil di lokasi SMK Ma'arif NU 2 Klego; dan Keterbatasan anggaran siswa dalam menindaklanjuti pendaftaran merek ke DJKI.

Dibandingkan dengan kegiatan serupa oleh (Sudalyo et al., 2023; Sudalyo et al., 2025), pelaksanaan kali ini berhasil meningkatkan pencapaian pada aspek simulasi HKI dan praktik pencatatan keuangan. Hal ini menandakan bahwa model integratif berbasis proyek yang diterapkan memiliki dampak positif dalam pengembangan kompetensi kewirausahaan pelajar.

Salah satu dampak konkret dari kegiatan ini adalah munculnya embrio usaha siswa dengan identitas merek yang siap dipasarkan secara digital, seperti akun Instagram usaha, desain logo profesional, dan *template* pembukuan kas. Karya seperti "VocaPrint" dan "Kreasi Boga Klego" menunjukkan bahwa dengan pendampingan terstruktur, siswa SMK mampu membangun *brand* yang kredibel secara visual dan administratif.

Model pelatihan ini sangat potensial untuk direplikasi di SMK lain dengan penyesuaian terhadap konteks lokal. Selain itu, kolaborasi antara perguruan tinggi, sekolah vokasi, dan pemerintah daerah (misalnya DJKI atau Dinas Koperasi) menjadi strategi penting untuk menciptakan wirausaha muda digital yang legal, kompetitif, dan berkelanjutan.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang mengusung tema "*Integrasi Desain Konten Promosi, Tata Kelola Keuangan, dan Aspek Legalitas di Era Digital*" telah berhasil dilaksanakan dengan capaian yang signifikan terhadap peningkatan kapasitas kewirausahaan siswa SMK. Kegiatan ini membuktikan bahwa pendekatan pelatihan terintegrasi berbasis proyek dan partisipatif mampu memberikan dampak nyata dalam membangun keterampilan praktis, kesadaran administratif, serta pemahaman hukum usaha di kalangan pelajar.

Pelatihan desain digital menggunakan Canva dan CapCut berhasil meningkatkan kemampuan siswa dalam menciptakan konten promosi visual yang menarik dan profesional. Sebanyak 95% siswa mampu menghasilkan lima konten promosi atau lebih dalam bentuk feed Instagram, desain kemasan, dan video pendek. Hasil ini menunjukkan bahwa pendekatan praktis berbasis *visual storytelling* efektif dalam meningkatkan daya tarik usaha mereka di platform digital.

Materi pembukuan sederhana berbasis Excel dan Google Sheets mampu membentuk kebiasaan tertib administrasi pada siswa. Sebanyak 97,5% siswa mampu mencatat transaksi usaha secara mandiri, menyusun laporan kas masuk-keluar, dan mengidentifikasi potensi kebocoran anggaran. Keterampilan ini menjadi fondasi penting dalam pengelolaan keuangan usaha kecil agar lebih efisien dan terkontrol.

Pemahaman siswa terhadap pentingnya legalitas usaha, khususnya hak cipta dan merek dagang, mengalami peningkatan signifikan. Hasil post-test menunjukkan 78% siswa memahami konsep HKI, dengan 87,5% berhasil menyusun identitas merek yang mencakup nama, logo, dan deskripsi usaha. Simulasi pendaftaran merek melalui situs DJKI memperkuat literasi hukum dan mendorong siswa untuk berpikir jangka panjang dalam membangun branding usaha yang sah dan terlindungi.

Seluruh indikator pelatihan melampaui target awal yang telah ditetapkan. Hal ini menunjukkan bahwa model pelatihan terintegrasi yang menggabungkan aspek desain visual,

akuntansi mikro, dan perlindungan hukum terbukti lebih efektif dibanding pendekatan pelatihan yang bersifat parsial. Capaian ini didukung oleh partisipasi aktif siswa, peran guru pendamping, serta metode pengajaran berbasis praktik dan studi kasus kontekstual.

Kegiatan ini menghasilkan embrio usaha siswa dengan identitas merek yang kuat dan sistem keuangan yang mulai tertata. Beberapa siswa telah mengembangkan akun media sosial usaha dan menyatakan kesiapannya untuk melanjutkan ke proses pendaftaran HKI secara resmi. Selain dampak langsung bagi siswa, kegiatan ini juga memberikan kontribusi terhadap penguatan kurikulum kewirausahaan di SMK, dengan potensi besar untuk direplikasi di sekolah vokasi lainnya.

Dengan mempertimbangkan hasil, capaian, dan respon positif dari siswa maupun pihak sekolah, kegiatan ini tidak hanya berhasil dalam meningkatkan kapasitas kewirausahaan muda, tetapi juga memperkuat peran pendidikan vokasi sebagai inkubator wirausaha digital yang sadar hukum dan adaptif terhadap teknologi. Ke depan, pendekatan kolaboratif antara perguruan tinggi, sekolah, dan pemerintah daerah perlu terus diperkuat untuk menciptakan ekosistem pendidikan kewirausahaan yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Lee, J., & Kim, S. (2022). Short-form video marketing: How TikTok changes consumer behavior. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 38(5), 456–470. <https://doi.org/10.1080/10447318.2022.2076782>
- Lester, P. M. (2022). *Visual Communication: Images with Messages* (10th ed.). Independently Published.
- Nugroho, A., Setiawan, D., & Wahyuni, S. (2020). Intellectual property awareness in Indonesian SMEs. *Journal of Innovation Economics & Management*, 10(1), 100–107. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2020.100107>
- Prasetyaningrum, N. E., & Sudalyo, R. A. T. (2024). 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>
- Pratama, A., & Wijaya, B. (2023). Pengaruh penggunaan Excel dalam pembukuan terhadap pengurangan kesalahan pencatatan pada UMKM. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 235, 1–6. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.230201.001>
- Puspitasari, D., Handayani, P. W., & Munajat, Q. (2022). Digital marketing literacy for SMEs in Indonesia. *Technology in Society*, 68, 102075. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2022.102075>
- Sari, R. N., Wibowo, A., & Putri, A. D. (2020). Analisis pemahaman konsep dasar akuntansi pada siswa SMK jurusan bisnis. *Journal of Physics: Conference Series*, 1469(1), 12034. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1469/1/012034>
- Statistik Pendaftaran Hak Cipta Dan Merek Dagang. Kementerian Hukum Dan HAM RI (2023).
- Sudalyo, R. A. T., Chaffey, D., Ellis-Chadwick, F., & Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. (2023). Memperluas Pasar Dan Mempertahankan Keunggulan Bersaing. In *TECHNOPRENEURSHIP (Ide dalam menggapai kesuksesan di era Digital)* (1st ed., pp. 113–132). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

- Sudalyo, R. A. T., Prasetyaningrum, N. E., & Nugrohotomo, G. K. (2023). Workshop technopreneurship pembuatan video promosi dengan anggaran yang efisien dan mengedepankan hak cipta pada siswa SMK PGRI Sukoharjo. *AMMA: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(10), 1248–1259. <https://journal.mediapublikasi.id/index.php/amma/article/view/3764>
- 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/https://doi.org/10.37802/society.v5i2.839>
- Tim PkM Universitas Surakarta. (2025). *Laporan survei kebutuhan siswa SMK PGRI Sukoharjo dan SMK Ma'arif NU 2 Klego Boyolali*.
- Wardani, R., Suryanto, T., & Hapsari, D. W. (2021). Financial management practices in Indonesian SMEs. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 716(1), 12044. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/716/1/012044>
- Warren, C. S., Reeve, J. M., & Duchac, J. (2023). *Financial & Managerial Accounting* (16th ed.). Cengage Learning.
- World Intellectual Property Organization. (2021). *Understanding Intellectual Property: A Guide for Small and Medium-Sized Enterprises*. WIPO. <https://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=4526>
- Zhang, Y., Li, X., & Wang, Q. (2021). The impact of visual design on consumer engagement in social commerce. *Computers in Human Behavior*, 124, 106991. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106991>