

Penguatan Literasi Keuangan dan Spirit Kewirausahaan Generasi Muda Menuju *Smart Economy* di Desa Lowungu, Temanggung

Strengthening Financial Literacy and the Entrepreneurial Spirit of the Young Generation toward a Smart Economy in Lowungu Village, Temanggung

Aprilla Suriesto Madaun^{1*}, Rubiyatno², Michael Reskiantio Pabubung³

¹⁻²Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas Sanata Dharma, Indonesia

³Program Studi Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Indonesia

Email: april@usd.ac.id¹, rubi@usd.ac.id², michael.pabubung@uajy.ac.id³

*Penulis Korespondensi: april@usd.ac.id

Riwayat Artikel:

Naskah Masuk: 31 Juli 2026;

Revisi: 31 Agustus 2026;

Diterima: 15 September 2026;

Terbit: 01 Oktober 2026

Keywords: *Business Model Canvas; Digital Marketing; Entrepreneurship; Financial Literacy; Youth Empowerment.*

Abstract. *Rural youth in Lowungu, Bejen Sub-district, Temanggung Regency, have strong entrepreneurial interest but face limited financial literacy and entrepreneurial capacity. This community service program aimed to improve financial literacy and cultivate an entrepreneurial spirit by utilizing local potential to support a village-based smart economy. The program combined experiential learning, participatory rural appraisal, and business coaching through two sessions conducted on 2 and 15 July 2026, involving 29 and 32 participants. The materials covered four fundamental financial habits, cost of goods sold (COGS) calculation, entrepreneurship, Business Model Canvas (BMC) development, and digital marketing strategies. Program effectiveness was assessed through financial-literacy pre-tests and post-tests, participants' ability to calculate COGS, and the number of completed BMCs. The results showed that the average financial-literacy score increased from 5.97 to 6.72 on a 0–7 scale, representing a 12.7% increase from baseline. Furthermore, 20 participants successfully calculated their product COGS, while 24 BMCs were completed. One coffee business, Kembar Coffee, was also assisted in establishing marketplace and social-media accounts. The program demonstrates that a practice-based approach can effectively strengthen financial record-keeping and business planning among rural youth. However, improving the effectiveness of business digitalization remains an important challenge.*

Abstrak

Pemuda di Desa Lowungu, Kecamatan Bejen, Kabupaten Temanggung, memiliki minat kewirausahaan yang kuat, tetapi masih menghadapi keterbatasan literasi keuangan dan kapasitas kewirausahaan. Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan literasi keuangan dan menumbuhkan jiwa kewirausahaan dengan memanfaatkan potensi lokal untuk mendukung terwujudnya smart economy berbasis desa. Program menggunakan metode experiential learning, participatory rural appraisal, dan business coaching melalui dua sesi pada 2 dan 15 Juli 2026 dengan melibatkan masing-masing 29 dan 32 peserta. Materi mencakup empat kebiasaan keuangan dasar, perhitungan harga pokok penjualan (HPP), konsep kewirausahaan, penyusunan *Business Model Canvas* (BMC), dan strategi pemasaran digital. Efektivitas program diukur melalui pre-test dan post-test literasi keuangan, kemampuan peserta menghitung HPP, serta jumlah BMC yang berhasil disusun. Hasil menunjukkan bahwa rata-rata skor literasi keuangan meningkat dari 5,97 menjadi 6,72 pada skala 0–7, atau meningkat 12,7% dari kondisi awal. Selain itu, 20 peserta mampu menghitung HPP produknya dan 24 BMC berhasil disusun. Salah satu usaha kopi, Kembar Coffee, juga difasilitasi dalam pembuatan akun marketplace dan media sosial. Program menunjukkan bahwa pendekatan berbasis praktik efektif dalam memperkuat budaya pencatatan keuangan dan perencanaan usaha. Namun, efektivitas digitalisasi usaha peserta masih menjadi tantangan yang perlu ditingkatkan.

Kata kunci: *Business Model Canvas; Kewirausahaan; Literasi Keuangan; Pemberdayaan Pemuda; Smart Economy.*

1. PENDAHULUAN

Kecamatan Bejen adalah entitas administratif yang menempati posisi strategis dalam perekonomian Kabupaten Temanggung. Secara geografis, wilayah ini merepresentasikan karakteristik khas dataran tinggi (*highland*) yang terletak pada koordinat yang krusial bagi pengembangan sektor agribisnis dan pariwisata berbasis lingkungan. Wilayah ini terdiri atas 14 desa dengan luas total 6.884 hektare dan mengandalkan sektor pertanian sebagai mata pencaharian utama, dengan komoditas unggulan berupa tembakau, kopi, dan aneka produk hortikultura (Pekab Temanggung, 2021; Asurya, 2025; Kecamatan Bejen, 2014). Salah satu desa yang ada di Kecamatan Bejen adalah Desa Lowungu. Desa ini memiliki tingkat kesuburan tanah yang tinggi. Hal ini terlihat dari luas wilayah seluruhnya 436 hektare yang sebagian besar digunakan sebagai areal perladangan rakyat yang ditunjang oleh dua musim yaitu kemarau dan penghujan (Pemerintah Desa Lowungu, 2026). Di tengah potensi besar tersebut, masih banyak penduduk yang belum bekerja seperti terlihat dalam Tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1. Komposisi penduduk Desa Lowungu berdasarkan pekerjaan.

No	Pekerjaan	Jumlah
1	Belum bekerja	459
2	Karyawan swasta	81
3	Karyawan honorer	11
4	Mengurus rumah tangga	153
5	PNS/P3K	11
6	Buruh tani / perkebunan	113
7	Pembantu rumah tangga	25
8	Tukang batu	8
9	Tukang kayu	7
10	Pelajar / mahasiswa	762
11	Petani / pekebun	80
12	Pensiunan	6
13	Guru	5
14	Sopir	4
15	Pedagang	37
16	Perangkat desa	12
17	Kepala desa	1
18	Wiraswasta	46
19	Lainnya	96
	Total	1940

Sumber: <https://lowungu-bejen.temanggungkab.go.id/frontend/profil/29>

Tim pengabdian bergerak untuk melakukan kegiatan pengabdian di Desa Lowungu karena meyakini potensi pertanian di desa ini bisa dikembangkan sehingga bisa memberdayakan masyarakat, khususnya yang belum bekerja. Tim melihat bahwa salah satu modal yang bisa mendukung optimalisasi potensi desa ini adalah sumber daya manusia berupa generasi muda. Seperti terlihat dalam Tabel 1 di atas, pelajar dan mahasiswa merupakan komposisi terbesar. Kelompok ini merupakan *digital native*, yakni generasi yang sangat akrab dengan teknologi. Mardina (2011) mengatakan bahwa *digital native* merupakan generasi yang lahir pada zaman

digital, berciri *multitasking*, membangun jejaring, melakukan akses secara *random*, dan memiliki preferensi pada bentuk informasi multimedia yang sifatnya interaktif. Tim meyakini bahwa jika generasi muda ini diarahkan, mereka akan berkontribusi besar dalam mendukung pencapaian *smart economy* berbasis potensi desa. Menurut Apostol, Balaceanu, & Constantinescu dalam Kézai et al. (2020), *smart economy* mendorong inovasi dan kreativitas, yang terkait dengan penelitian ilmiah, teknologi tinggi, dan perlindungan lingkungan, melalui konsep keberlanjutan, yang menguntungkan ekonomi saat ini dan masa depan. Dengan kata lain, *smart economy* mengharuskan dipenuhinya dua kriteria, yakni kebaruan dan keberlanjutan. Generasi muda memenuhi dua kriteria tersebut karena keakraban mereka dengan teknologi yang menjadi syarat paling utama dalam pelaksanaan *smart economy*.

Berdasarkan observasi awal, meskipun sebagian besar pemuda telah memiliki telepon pintar dan mengakses internet, pemanfaatannya untuk kegiatan ekonomi produktif masih terbilang rendah. Perangkat digital lebih banyak mereka gunakan untuk komunikasi sosial dan hiburan daripada untuk memasarkan produk atau mencatat keuangan usaha. Mulyadi et al. (2024) melakukan pengabdian serupa karena rendahnya keterampilan digital, pengalaman kerja, dan pengetahuan pemasaran digital di kalangan wirausahawan muda. Literasi keuangan yang rendah menjadi persoalan mendasar: banyak pemuda belum memahami pencatatan arus kas, pemisahan keuangan pribadi dan usaha, penentuan harga pokok produksi (HPP), serta perencanaan modal. Padahal literasi keuangan berperan penting dalam kualitas pengambilan keputusan ekonomi, terutama bagi kelompok rentan di wilayah pedesaan (Lusardi & Mitchell, 2014; Atkinson & Messy, 2012) dan generasi muda (Najjuah et al., 2024; Ulfa et al., 2024). Di era digital, upaya peningkatan literasi keuangan semakin dipermudah dengan hadirnya berbagai *platform* yang mendukung literasi keuangan digital yang bahkan dapat diakses secara cuma-cuma.

Persoalan kedua yang ditemukan dalam observasi awal adalah keterbatasan kapabilitas kewirausahaan yang mengakar. Minat berwirausaha yang tumbuh umumnya bersifat reaktif dan berbasis *trial and error*, tanpa analisis pasar, perencanaan usaha, maupun strategi pemasaran yang matang. Akibatnya, usaha mikro yang dijalankan pemuda, seperti kuliner rumahan dan pengolahan kopi lokal, kerap stagnan ketika menghadapi kendala sederhana. Dalam hal ini, pendidikan kewirausahaan berbasis praktik sangat diperlukan karena terbukti berpengaruh nyata terhadap perilaku dan keberhasilan usaha (Rauch & Hulsink, 2015). Selain itu, pemahaman model bisnis, bukan sekadar kemampuan produksi, menjadi faktor penentu keberlanjutan usaha mikro (Osterwalder & Pigneur, 2010).

Berdasarkan analisis situasi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk menjawab dua permasalahan prioritas mitra, yaitu (1) rendahnya literasi dan inklusi keuangan, serta (2) keterbatasan kapabilitas kewirausahaan yang mengakar. Tujuan kegiatan adalah meningkatkan literasi keuangan dan menumbuhkan spirit kewirausahaan generasi muda Desa Lowungu secara terukur, sekaligus mendorong pemanfaatan potensi lokal menuju *smart economy* berbasis desa.

2. METODE PENELITIAN

Kegiatan ini terselenggara di Desa Lowungu, Kecamatan Bejen, Kabupaten Temanggung, Jawa Tengah dalam dua pertemuan utama, yaitu Kamis, 2 Juli 2026, dan Rabu, 15 Juli 2026, bertempat di balai desa. Mitra pengabdian ini adalah Pemerintah Desa Lowungu dan sasarannya adalah generasi muda desa yang mewakili pelaku usaha mikro, pemuda yang membantu usaha keluarga, serta lulusan SMA/SMK yang belum bekerja formal. Peserta kegiatan ini berkisar 28–29 orang.

Metode yang dipakai memadukan *experiential learning* (Kolb, 1984), *Participatory Rural Appraisal* (Chambers, 1994), dan *business coaching and mentoring* (Garvey & Stokes, 2018). Perpaduan ini diwujudkan dalam siklus pelatihan, praktik, pendampingan, dan evaluasi. Tahapan pelaksanaan diringkas pada Tabel 2.

Tabel 2. Tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian.

No	Tahap	Kegiatan dan luaran
1	Persiapan dan <i>baseline</i>	Koordinasi dengan Kepala Desa dan pengurus Karang Taruna, identifikasi peserta, pemetaan potensi usaha desa, serta pembagian <i>pre-test</i> pemahaman literasi keuangan.
2	Pertemuan 1: literasi dan praktik keuangan	Pelatihan empat kebiasaan keuangan dasar dan penghitungan HPP dengan metode <i>learning by doing</i> menggunakan lembar buku kas dan lembar kerja HPP.
3	Pertemuan 2: konsep kewirausahaan, BMC, pemasaran digital	Penguatan pola pikir wirausaha dan penyusunan <i>Business Model Canvas</i> (BMC) berbasis potensi lokal, dilanjutkan praktik pemasaran digital.
4	Evaluasi dan refleksi	<i>Post-test</i> literasi keuangan, pemeriksaan lembar kerja peserta, fasilitasi digitalisasi usaha, dan refleksi rencana tindak lanjut.

Instrumen evaluasi yang dipakai meliputi kuesioner *pre-test* dan *post-test* literasi keuangan berskala 0 - 7, lembar buku kas usaha sederhana, lembar kerja cara menghitung HPP dan menentukan harga jual, serta kanvas BMC. *Pre-test* dan *post-test* adalah salah satu dari banyak bentuk desain penelitian eksperimental (Stratton, 2019). Lembar buku kas sederhana diberikan kepada peserta untuk digunakan langsung sebagai contoh pada usaha masing-masing sehingga tidak dikumpulkan kembali, sedangkan lembar kerja HPP dan kanvas BMC dikumpulkan sebagai bukti capaian.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Kegiatan

Pertemuan pertama (2 Juli 2026, pukul 13.00 - 15.00 WIB) sebagaimana terlihat dalam Gambar 1 (a) mengangkat tema utama literasi keuangan. Acara dibuka dengan sambutan dari Kepala Desa Lowungu, Bapak Slamet Riyanto, dan Ketua Tim PkM, Aprilla Suriesto Madaun, S.S., M.M. Materi literasi keuangan disampaikan dengan memperkenalkan empat kebiasaan keuangan dasar, yaitu memisahkan uang usaha dari uang pribadi, mencatat pemasukan dan pengeluaran, menghitung HPP, serta menyisihkan sebagian hasil usaha untuk modal dan tabungan. Sesi dilanjutkan dengan materi *digital marketing* oleh mahasiswa dan praktik membuat strategi promosi sederhana.

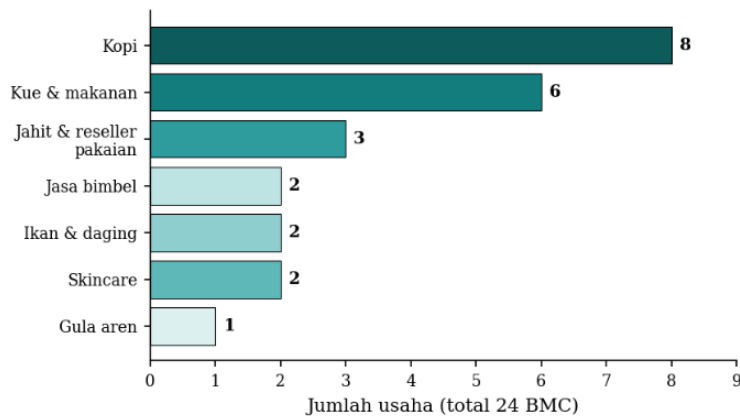
Pertemuan kedua (15 Juli 2026, pukul 13.00 – 16.00 WIB) berfokus untuk menguatkan semangat kewirausahaan peserta. Para pemuda diajak oleh narasumber untuk memahami bahwa berwirausaha tidak mengharuskan modal besar. Selain itu, peserta juga dibekali dengan lima karakter penting wirausahawan: jujur, disiplin, mau belajar, pantang menyerah, dan bertanggung jawab. Materi berikutnya berupa pengenalan dan penyusunan BMC. Narasumber memperkenalkan BMC sebagai satu lembar peta usaha yang menggambarkan cara usaha mampu menciptakan, menawarkan, dan menangkap nilai. Pemberian contoh nyata berupa pemetaan usaha “Kopi Bejen” milik seorang pemuda desa ditampilkan sebelum peserta didampingi menyusun BMC usahanya sendiri. Setelah itu, pertemuan dilanjutkan dengan dua sesi praktik penghitungan HPP dan desain pemasaran digital sebagaimana terlihat dalam Gambar 1 (b).



Gambar 1. (a) Penyampaian materi oleh tim PkM dan (b) partisipasi aktif peserta dalam pelaksanaan kegiatan.

Profil Usaha Peserta Berdasarkan BMC

Aktivitas penyusunan BMC menghasilkan 24 kanvas usaha yang sekaligus menjadi profil usaha peserta (salah satu bukti pengisian terlampir di Lampiran). Variasi jenis usaha menunjukkan dominasi sektor pengolahan kopi. Hal ini sejalan dengan komoditas unggulan di Bejen. Komposisi jenis usaha berdasarkan data BMC disajikan pada Gambar 2.

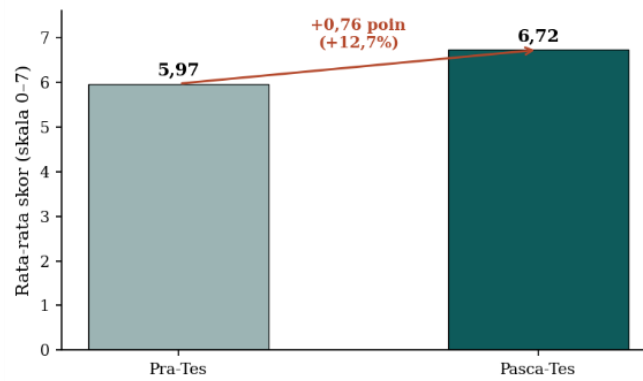


Gambar 2. Komposisi jenis usaha peserta berdasarkan 24 BMC yang tersusun.

Penyusunan BMC ini bertujuan untuk memudahkan pelaku usaha menggambarkan, merancang, dan meringkas ide atau strategi model bisnis ke dalam satu halaman visual yang berisi sembilan elemen kunci. Osterwalder & Pigneur (2010) menyebutnya sebagai “bahasa bersama” untuk mendeskripsikan, memvisualisasikan, menilai, dan mengubah model bisnis. Pemikiran ini masuk akal karena kita perlu melangkah dari titik yang sama dan membicarakan hal yang sama. Oleh karena itu, konsep yang dipakai harus sederhana, relevan, dan mudah dipahami.

Peningkatan Literasi Keuangan

Keberhasilan pelatihan literasi keuangan ditentukan melalui *pre-test* dan *post-test* terhadap 29 peserta terdata dengan skor maksimal adalah 7. Berdasarkan hasil olah data, rata-rata skor meningkat dari 5,97 menjadi 6,72, atau naik 0,76 poin (12,7% dari *baseline*), sebagaimana dapat dilihat di Gambar 3. Sebanyak 14 peserta mengalami peningkatan skor, 14 peserta memiliki skor tetap, dan 1 peserta menurun (data lengkap terdapat di Lampiran).



Gambar 3. Perbandingan rata-rata skor pre-test dan post-test literasi keuangan.

Jika berpatokan pada target ketercapaian kegiatan, maka peningkatan agregat sebesar 12,7% belum mencapai target indikator $\geq 40\%$. Namun, temuan ini perlu dimaknai secara cermat bahwa skor awal peserta sudah tergolong tinggi (rata-rata 5,97 dari maksimum 7, atau 85%). Dalam hal ini, terjadi efek *ceiling* yang mempersempit ruang peningkatan (Staus et al., 2021). Dari 14 peserta dengan skor tetap, 9 di antaranya telah mendapatkan skor maksimal (7) sejak *pre-test*. Sebaliknya, peserta dengan skor awal lebih rendah memperlihatkan lonjakan besar -beberapa meningkat 40% hingga 75%. Maka, program tetap berdampak nyata pada kelompok yang paling membutuhkan.

Perhatian pada kelompok yang paling membutuhkan peningkatan literasi keuangan memang sangat dibutuhkan. Alasannya adalah tingkat literasi keuangan akan sangat memengaruhi pengambilan keputusan ekonomi. Hal ini sejalan dengan pendapat Lusardi & Mitchell (2014) yang mengatakan bahwa pengetahuan keuangan sebagai bentuk investasi dalam modal manusia, yakni dengan menginternalisasi pengetahuan keuangan. Proses internalisasi ini memiliki implikasi signifikan bagi kesejahteraan masyarakat.

Kemampuan Menghitung HPP dan Penetapan Harga Jual

Setelah pendampingan, terdapat 20 peserta yang bisa mengerjakan lembar kerja cara menghitung HPP dan menetapkan harga jual produknya (salah satu bukti pengisian terdapat di Lampiran). Keterampilan ini krusial karena harga yang ditetapkan secara keliru adalah salah satu penyebab utama masalah usaha mikro (Knotts et al., 2003). Penetapan harga yang keliru biasanya terjadi karena pelaku usaha telah merasa untung berdasarkan penetapan harga yang hanya melalui perkiraan dan kadang gagal mengidentifikasi beberapa komponen biaya. Tiga contoh hasil penghitungan peserta disajikan pada Tabel 3.

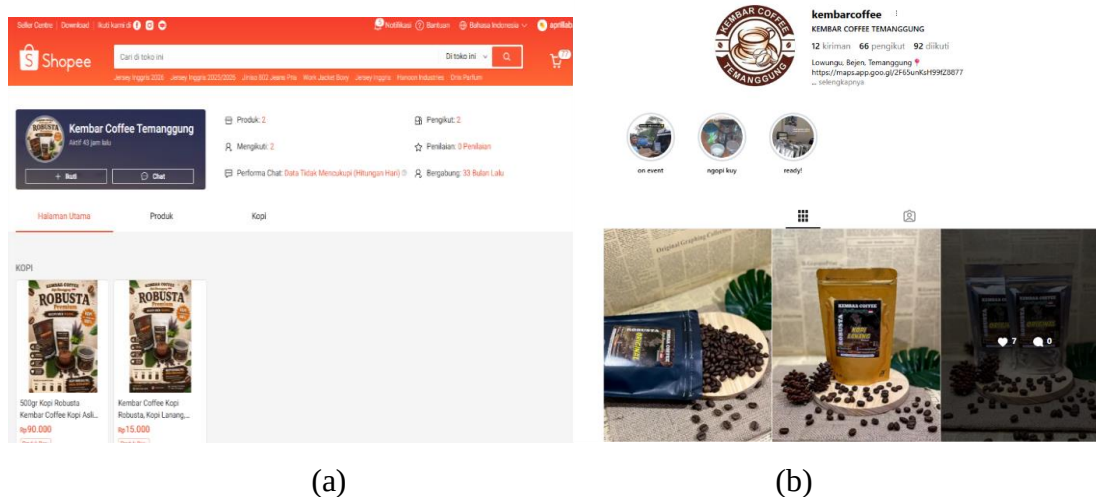
Tabel 3. Contoh hasil penghitungan HPP dan harga jual oleh peserta.

Produk	Total biaya produksi	HPP per unit	Margin	Harga jual
Skincare	Rp63.000	Rp21.000	50%	Rp32.000
Pakaian	Rp1.225.000	Rp61.250	50%	Rp92.000
Dress (jahit)	Rp195.000	Rp195.000	30%	Rp254.000

Lewat latihan ini, peserta sampai pada pemahaman bahwa dalam harga jual harus tercakup seluruh komponen biaya, yang meliputi bahan baku, tenaga kerja, dan overhead, serta pertimbangan terkait margin keuntungan, bukan sekadar kira-kira. Latihan menghitung HPP juga merupakan bagian dari blok *Cost Structure* dan *Revenue Streams* pada BMC yang telah disusun oleh mereka.

Digitalisasi Usaha Peserta

Dalam rangka ketercapaian tujuan digitalisasi, salah satu usaha peserta, yakni Kembar Coffee, telah difasilitasi untuk memiliki lapak *marketplace* di *e-commerce* (Shopee) dan akun media sosial Instagram guna memperluas jangkauan pemasaran sebagaimana terlihat dalam Gambar 4(a)(b). Sebenarnya, capaian ini masih belum memenuhi target lima usaha memiliki akun aktif. Oleh karena itu, upaya perluasan digitalisasi menjadi agenda prioritas pada tahap pendampingan berikutnya karena transformasi digital pada UMKM di Indonesia sangat penting untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan di era ekonomi digital (Sitompul et al., 2025).



Gambar 4. (a) Tim membantu peserta membuat akun *marketplace* di Shopee dan (b) akun media sosial Instagram.

Capaian Indikator Program

Setelah pendampingan berlangsung, tim meringkas capaian indikator keberhasilan dalam Tabel 4 di bawah ini.

Tabel 4. Capaian indikator keberhasilan program terhadap target.

No	Indikator	Target	Capaian	Status
1	Peserta memiliki buku kas usaha	20 orang	Dibagikan ke seluruh peserta	Tercapai
2	Peserta mampu menghitung HPP	15 orang	20 orang	Melampaui
3	BMC usaha tersusun	20 usaha	24 usaha	Melampaui
4	Akun marketplace/Instagram aktif	5 usaha	1 usaha	Proses
5	Peningkatan skor literasi keuangan	≥40%	12,7% (efek ceiling)	Berproses

Sebanyak tiga dari lima indikator telah tercapai atau melampaui target. Dua indikator, yakni perluasan akun digital dan peningkatan literasi keuangan, masih diupayakan untuk tercapai. Pada indikator literasi keuangan, capaian kuantitatif pada indikator peningkatan skor literasi keuangan perlu ditafsirkan sebagai konsekuensi dari efek *ceiling*, bukan sebagai bentuk kegagalan program.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Melalui kegiatan pengabdian ini, literasi keuangan dan spirit kewirausahaan pada generasi muda Desa Lowungu berhasil ditingkatkan melalui pendekatan berbasis praktik. Skor literasi keuangan mengalami peningkatan dari rata-rata 5,97 menjadi 6,72 (12,7% dari *baseline*). Peningkatan terbesar terjadi pada peserta dengan skor awal rendah. Selain itu, terdapat 20 peserta mampu menghitung HPP dan sebanyak 24 BMC berhasil tersusun sebagai profil usaha. Melalui pengabdian ini pula, satu usaha telah didampingi untuk membuat akun *marketplace* dan media sosial. *Experiential learning* yang mengkombinasikan literasi keuangan dan perencanaan usaha terbukti efektif menumbuhkan budaya pencatatan dan perencanaan yang lebih sistematis. Terdapat satu tantangan yang tersisa di akhir kegiatan pengabdian ini yakni perluasan digitalisasi usaha peserta yang baru terealisasi pada satu usaha. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian lebih lanjut disarankan berfokus pada pendampingan intensif pembuatan akun *marketplace* dan media sosial. Penguatan keberlanjutan usaha pemuda juga perlu diupayakan melalui dukungan BUMDes dan Karang Taruna sebagai inkubator lokal. Terakhir, penyusunan instrumen *pre-test* yang lebih sensitif perlu diupayakan agar mampu mengidentifikasi peserta dengan literasi awal yang sudah tinggi, sehingga bisa merumuskan bentuk pelatihan tambahan yang lebih tepat bagi mereka.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Sanata Dharma yang telah mendanai kegiatan ini. Terima kasih juga disampaikan kepada Kepala Desa Lowungu, Bapak Slamet Riyanto, beserta

perangkat desa dan Karang Taruna atas kerja sama dan fasilitasi kegiatan, kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta (UAJY) atas kerjasama lintas universitas, serta kepada seluruh mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) USD Kelompok 145 Lowungu yang telah berpartisipasi aktif dalam penyelenggaraan kegiatan pengabdian ini.

DAFTAR REFERENSI

- Asurya, W. S. (2025). *Robusta coffee BP 309 from Temanggung, Central Java*. <https://wirasarwaasurya.com/robusta-coffee.html>
- Atkinson, A., & Messy, F.-A. (2012). *Measuring financial literacy* (OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions, Vol. 15). <https://doi.org/10.1787/5k9csfs90fr4-en>
- Chambers, R. (1994). Participatory rural appraisal (PRA): Challenges, potentials and paradigm. *World Development*, 22(10), 1437–1454. [https://doi.org/10.1016/0305-750X\(94\)90030-2](https://doi.org/10.1016/0305-750X(94)90030-2)
- Garvey, R., & Stokes, P. (2018). Coaching and mentoring: Theory and practice. *The Coaching Psychologist*, 14, 124–125. <https://doi.org/10.53841/bpstcp.2018.14.2.124>
- Kecamatan Bejen. (2014, October). *Bersama membangun Temanggung*. <https://kecbejen.wordpress.com/perihal/>
- Kézai, P. K., Fischer, S., & Lados, M. (2020). Smart economy and startup enterprises in the Visegrád countries: A comparative analysis based on the Crunchbase database. *Smart Cities*, 3(4), 1477–1494. <https://doi.org/10.3390/smartcities3040070>
- Knotts, T. L., Jones, S. C., & Udell, G. G. (2003). Small business failure: The role of management practices and product characteristics. *Journal of Business & Entrepreneurship*, 15, 48–63. https://www.researchgate.net/publication/320107792_Small_Business_Failure_The_Role_of_Management_Practices_and_Product_Characteristics
- Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. *Journal of Business Ethics*, 1.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
- Mardina, R. (2011). Potensi digital natives dalam representasi literasi informasi multimedia berbasis web di perguruan tinggi. *Jurnal Pustakawan Indonesia*, 11(1), 5–14.
- Mulyadi, H., Waspada, I., & Lubis, A. R. (2024). Developing young entrepreneurs based on internships and digital marketing literacy. *Mimbar Pendidikan: Jurnal Indonesia Untuk Kajian Pendidikan*, 9(2), 209–215. <https://doi.org/10.17509/mimbardik.v9i2>
- Najjuah, Wibowo, A., & Pratama, A. (2024). The linkage between financial literacy and digital entrepreneurial intention: The mediation and moderation role of entrepreneurship education and social media. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 17(1), 1–12. <https://doi.org/10.17977/um014v17i1p001>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*. Wiley.

- Pemerintah Desa Lowungu. (2026). *Profil Desa Lowungu*. <https://lowungu-bejen.temanggungkab.go.id/frontend/profil/29>
- Pemkab Temanggung. (2021). *Profil Kecamatan Bejen*. https://temanggungkab.go.id/frontend/d_profil/32
- Rauch, A., & Hulsink, W. (2015). Putting entrepreneurship education where the intention to act lies: An investigation into the impact of entrepreneurship education on entrepreneurial behavior. *Academy of Management Learning & Education*, 14(2), 187–204. <https://doi.org/10.5465/amle.2012.0293>
- Sitompul, P. S., Sari, M. M., Gaol, C. M. B. L., & Harahap, L. M. (2025). Transformasi digital UMKM Indonesia: Tantangan dan strategi adaptasi di era ekonomi digital. *Jurnal Manajemen Bisnis Digital Terkini*, 2(2), 9–18. <https://doi.org/10.61132/jumbidter.v2i2.487>
- Staus, N. L., O'Connell, K., & Storksdieck, M. (2021). Addressing the ceiling effect when assessing STEM out-of-school time experiences. *Frontiers in Education*, 6, 1–9. <https://doi.org/10.3389/feduc.2021.690431>
- Stratton, S. J. (2019). Quasi-experimental design (pre-test and post-test studies) in prehospital and disaster research. *Prehospital and Disaster Medicine*, 34(6), 573–574. <https://doi.org/10.1017/S1049023X19005053>
- Ulfa, M., Alfatah, S., Fauzan Baharianto, A., Elsa Fitri, D., Imam Al-Muttaqien, M., Yuladi Firichal, M., & Hidayat, R. (2024). Literasi digital untuk menumbuhkan jiwa wirausaha muda pada peserta didik SMK Bina Insan Tangerang. *Jurnal Abdimas Iqtishadia*, 2(1), 69–77. <https://doi.org/10.32493/iqtis.v2i1.41836>