



Prosiding Ruang Inspirasi Manajemen

Vol 5 (3) Maret-Agustus 2026: 193-203

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/index>

dex ISSN: 2830-7747; e-ISSN: 2830-5353

PEMBERDAYAAN SISWA SMA MELALUI PENGELOLAAN KEUANGAN DAN PEMASARAN DIGITAL UNTUK MENDORONG KEMANDIRIAN BERWIRAUSAHA

Tiara Nadya Putri¹, Fahta Kayla Maulana¹, Indryanti Purissta Putri¹

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Kota

Tangerang Selatan, Indonesia

Email: tiaranadyaputri40@gmail.com

ABSTRACT

Perkembangan teknologi digital telah memberikan berbagai peluang bagi generasi muda untuk mengembangkan potensi diri, termasuk dalam bidang kewirausahaan. Namun, masih banyak siswa Sekolah Menengah Atas (SMA) yang belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai pengelolaan keuangan dan pemanfaatan media digital sebagai sarana yang produktif. Rendahnya literasi keuangan, kurangnya kemampuan dalam mengatur pengeluaran, serta terbatasnya pengetahuan mengenai pemasaran digital menjadi faktor yang dapat menghambat tumbuhnya semangat berwirausaha di kalangan remaja. Kondisi tersebut juga ditemukan pada siswa di Yayasan Mulia Peduli Bangsa (YMPB), di mana penggunaan media sosial masih didominasi untuk kebutuhan hiburan dan komunikasi sehari-hari dibandingkan sebagai sarana pengembangan usaha atau peningkatan keterampilan ekonomi.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan wawasan dan pemahaman siswa SMA mengenai pentingnya pengelolaan keuangan serta pemanfaatan pemasaran digital dalam mendukung kemandirian berwirausaha. Kegiatan dilaksanakan dalam bentuk penyuluhan edukatif, penyampaian materi, diskusi interaktif, tanya jawab, serta ice breaking yang dirancang sesuai dengan karakteristik peserta. Materi yang diberikan meliputi pengelolaan keuangan pribadi, perencanaan anggaran sederhana, pentingnya menabung, pemanfaatan media sosial secara produktif, pembuatan konten digital yang menarik, serta pengenalan konsep dasar pemasaran digital.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta memiliki antusiasme yang tinggi selama kegiatan berlangsung. Berdasarkan hasil observasi, diskusi, dan umpan balik yang diberikan peserta, terjadi peningkatan pemahaman mengenai pentingnya pengelolaan keuangan yang baik serta pemanfaatan media digital secara lebih bijak dan produktif. Selain itu, siswa menunjukkan ketertarikan yang lebih besar terhadap aktivitas kewirausahaan dan mulai memahami peluang

usaha yang dapat dikembangkan melalui platform digital. Kegiatan ini menunjukkan bahwa edukasi mengenai pengelolaan keuangan dan pemasaran digital dapat menjadi salah satu strategi yang efektif untuk menumbuhkan semangat berwirausaha, meningkatkan kesadaran finansial, serta mendorong kemandirian siswa dalam menghadapi tantangan ekonomi di era digital.

Kata Kunci: pengelolaan keuangan, pemasaran digital, kewirausahaan, literasi keuangan, siswa SMA.

ABSTRACT

The development of digital technology has provided numerous opportunities for young people to develop their potential, including in the field of entrepreneurship. However, many high school students still lack an adequate understanding of financial management and the use of digital media as a productive tool. Low financial literacy, limited ability to manage expenses, and limited knowledge of digital marketing are factors that can hinder the growth of entrepreneurial spirit among teenagers. This situation is also found among students at the Mulia Peduli Bangsa Foundation (YMPB), where social media use is still predominantly for entertainment and daily communication rather than as a means of business development or improving economic skills.

This Community Service (PKM) activity aims to increase high school students' insight and understanding of the importance of financial management and the use of digital marketing to support entrepreneurial independence. The activity took the form of educational counseling, material delivery, interactive discussions, Q&A sessions, and icebreakers designed to suit the characteristics of the participants. The material covered personal financial management, simple budget planning, the importance of saving, the productive use of social media, the creation of engaging digital content, and an introduction to basic digital marketing concepts.

Results showed high enthusiasm among participants throughout the activity. Based on observations, discussions, and feedback from participants, there was an increased understanding of the importance of good financial management and the wiser and more productive use of digital media. Furthermore, students showed greater interest in entrepreneurial activities and began to understand business opportunities that can be developed through digital platforms. This activity demonstrated that education on financial management and digital marketing can be an effective strategy for fostering an entrepreneurial spirit, increasing financial awareness, and encouraging student independence in facing economic challenges in the digital era.

Keywords: Financial management, digital marketing, entrepreneurship, financial literacy, high school students.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam beberapa tahun terakhir telah membawa perubahan besar terhadap berbagai aspek kehidupan manusia, khususnya dalam bidang pendidikan, ekonomi, dan kewirausahaan. Transformasi digital telah mendorong terciptanya

ekosistem baru yang memungkinkan aktivitas ekonomi dilakukan secara lebih cepat, efisien, dan tanpa batasan geografis. Dalam konteks kewirausahaan, kemunculan berbagai platform digital seperti media sosial, marketplace, dan layanan pembayaran digital telah membuka peluang usaha baru yang dapat diakses oleh siapa saja, termasuk kalangan pelajar.

Di era digital saat ini, kemampuan berwirausaha tidak hanya ditentukan oleh modal finansial, tetapi juga oleh literasi digital, kreativitas, serta kemampuan dalam mengelola keuangan usaha secara sederhana namun terstruktur. Pengelolaan keuangan yang baik menjadi salah satu fondasi penting dalam keberlangsungan usaha, karena berkaitan dengan kemampuan mencatat pemasukan dan pengeluaran, mengatur arus kas, serta mengambil keputusan finansial yang tepat. Selain itu, pemahaman mengenai pemasaran digital juga menjadi keterampilan yang sangat dibutuhkan, mengingat perilaku konsumen saat ini cenderung beralih ke platform online dalam mencari dan membeli produk.

Namun demikian, berdasarkan observasi umum pada kalangan siswa SMA, masih terdapat keterbatasan dalam pemahaman dan penerapan keterampilan kewirausahaan tersebut. Banyak siswa belum terbiasa melakukan pencatatan keuangan sederhana, belum memahami konsep dasar pengelolaan modal usaha, serta belum mampu memanfaatkan media sosial secara optimal sebagai sarana pemasaran produk atau jasa. Kondisi ini menunjukkan bahwa potensi kewirausahaan di kalangan pelajar sebenarnya cukup besar, tetapi belum tergarap secara maksimal karena kurangnya pembekalan keterampilan praktis yang sesuai dengan kebutuhan era digital.

Di sisi lain, pendidikan formal di sekolah sering kali masih berfokus pada aspek teoritis, sehingga ruang untuk pengembangan keterampilan praktis kewirausahaan digital masih terbatas. Padahal, pembelajaran berbasis praktik seperti simulasi bisnis, pengelolaan keuangan sederhana, serta pelatihan pemasaran digital dapat menjadi sarana efektif dalam membentuk karakter wirausaha muda yang adaptif, kreatif, dan inovatif.

Yayasan Mulia Peduli Bangsa sebagai lembaga yang bergerak di bidang pendidikan dan pemberdayaan masyarakat memiliki peran strategis dalam mendukung pengembangan kapasitas generasi muda. Melalui program pembinaan dan pelatihan, yayasan ini berupaya membekali siswa dengan keterampilan hidup (life skills) yang relevan dengan tantangan zaman, khususnya dalam bidang kewirausahaan digital. Oleh karena itu, diperlukan suatu program pengabdian kepada masyarakat (PKM) yang dirancang secara sistematis untuk memberikan pemahaman sekaligus keterampilan praktis kepada siswa SMA terkait pengelolaan keuangan usaha dan strategi pemasaran digital. Program ini diharapkan tidak hanya meningkatkan literasi kewirausahaan siswa, tetapi juga mampu menumbuhkan minat dan motivasi untuk mengembangkan usaha mandiri di masa depan, sehingga dapat menciptakan generasi muda yang produktif, inovatif, dan berdaya saing di era ekonomi digital.

Berdasarkan uraian analisis situasi permasalahan, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan yang dihadapi Siswa SMA di Yayasan Mulia Peduli Bangsa dalam upaya peningkatan literasi keuangan dan digital marketing

1. Bagaimana tingkat pemahaman siswa mengenai pengelolaan keuangan sederhana?
2. Bagaimana tingkat pemahaman siswa dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana pemasaran?
3. Apa saja kendala yang dihadapi siswa dalam memulai usaha?
4. Bagaimana efektivitas pelatihan pengelolaan keuangan dan pemasaran digital dalam meningkatkan semangat berwirausaha siswa?

Berdasarkan uraian analisis situasi dan permasalahan di atas, maka tujuan dari peningkatan literasi keuangan dan digital marketing adalah:

1. Meningkatkan literasi keuangan siswa SMA.
2. Meningkatkan keterampilan siswa dalam pemasaran digital.
3. Menumbuhkan minat dan motivasi berwirausaha.
4. Mendorong kemandirian ekonomi melalui usaha sederhana berbasis digital.
5. Membentuk pola pikir kreatif, inovatif, dan produktif.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Utama

A. Teori Pengelolaan Keuangan

Pengelolaan keuangan merupakan suatu proses sistematis yang mencakup kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pencatatan, hingga pengendalian seluruh aktivitas keuangan dalam suatu organisasi atau usaha. Tujuan utama dari pengelolaan keuangan adalah untuk memastikan bahwa sumber daya keuangan yang dimiliki dapat digunakan secara efektif dan efisien dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dalam konteks usaha, pengelolaan keuangan tidak hanya berkaitan dengan bagaimana memperoleh keuntungan, tetapi juga bagaimana menjaga stabilitas arus kas agar usaha dapat berjalan secara berkelanjutan.

Pengelolaan keuangan yang baik mencakup beberapa komponen penting, seperti pencatatan transaksi harian, penyusunan laporan keuangan sederhana (pemasukan dan pengeluaran), pengelolaan modal kerja, serta perencanaan penggunaan laba. Bagi pelaku usaha pemula, khususnya siswa atau pelajar yang baru belajar berwirausaha, pengelolaan keuangan sederhana seperti buku kas harian sudah sangat penting untuk membentuk kebiasaan disiplin finansial.

Selain itu, pengelolaan keuangan juga berperan dalam pengambilan keputusan bisnis, seperti menentukan harga jual produk, mengontrol biaya produksi, dan menetapkan strategi pengembangan usaha. Tanpa pengelolaan keuangan yang baik, usaha berisiko mengalami kebocoran dana, kesulitan modal, bahkan kegagalan meskipun produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik.

B. Teori Literasi Keuangan

Menurut Atkinson dan Messy (2012), literasi keuangan tidak hanya mencakup pengetahuan keuangan, tetapi juga sikap dan perilaku yang mendukung pengambilan keputusan keuangan yang tepat. Individu dengan tingkat literasi keuangan yang baik cenderung lebih mampu mengelola pengeluaran, menabung, serta merencanakan keuangan untuk mencapai tujuan jangka panjang. Dan ada juga menurut OECD (2023), literasi keuangan merupakan kombinasi pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku yang diperlukan untuk membuat keputusan keuangan yang efektif guna mencapai kesejahteraan finansial. Literasi keuangan mencakup pemahaman tentang pendapatan, pengeluaran, tabungan, investasi, utang, serta risiko keuangan.

Dalam konteks pendidikan, literasi keuangan sangat penting untuk ditanamkan sejak dini, terutama pada tingkat SMA, karena pada usia tersebut siswa mulai memiliki aktivitas ekonomi sederhana seperti jajan, menabung, atau bahkan memulai usaha kecil. Dengan literasi keuangan yang baik,

siswa diharapkan mampu mengelola uang secara bijak, tidak konsumtif, serta mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan.

Lebih jauh lagi, literasi keuangan juga berperan dalam membentuk karakter disiplin dan tanggung jawab. Siswa yang memiliki literasi keuangan yang baik akan lebih mampu merencanakan keuangan jangka pendek maupun jangka panjang, termasuk dalam konteks memulai usaha. Dalam dunia kewirausahaan, literasi keuangan menjadi dasar penting agar pelaku usaha tidak hanya fokus pada penjualan, tetapi juga memahami bagaimana keuntungan dikelola kembali untuk pengembangan usaha.

Rendahnya literasi keuangan dapat menyebabkan kesalahan dalam pengelolaan uang, seperti tidak adanya pencatatan keuangan, penggunaan modal usaha yang tidak terkontrol, serta kesulitan dalam menghitung keuntungan yang sebenarnya.

C. Teori Pemasaran Digital

Pemasaran digital merupakan bentuk pemasaran produk atau jasa yang menggunakan media digital dan internet sebagai sarana utama dalam menjangkau konsumen. Chaffey dan Ellis-Chadwick (2019) menjelaskan bahwa pemasaran digital memanfaatkan teknologi digital untuk membangun hubungan dengan konsumen dan meningkatkan efektivitas promosi secara terukur. Pemasaran digital berkembang pesat seiring dengan meningkatnya penggunaan teknologi informasi dan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Beberapa platform yang umum digunakan dalam pemasaran digital antara lain Instagram, TikTok, Facebook, WhatsApp Business, serta berbagai marketplace seperti Shopee dan Tokopedia. Melalui platform tersebut, pelaku usaha dapat mempromosikan produk secara lebih luas tanpa batasan geografis, dengan biaya yang relatif lebih rendah dibandingkan pemasaran konvensional.

Pemasaran digital memiliki beberapa keunggulan, antara lain kemampuan menjangkau target pasar yang lebih spesifik, interaksi langsung dengan konsumen, serta kemudahan dalam mengukur efektivitas promosi melalui data seperti jumlah tayangan, klik, dan tingkat penjualan. Selain itu, konten visual seperti foto dan video memiliki peran penting dalam menarik perhatian konsumen, sehingga kreativitas menjadi faktor kunci dalam pemasaran digital.

Dalam konteks pelajar, pemasaran digital menjadi peluang yang sangat relevan karena sebagian besar siswa sudah terbiasa menggunakan media sosial. Namun, penggunaan media sosial untuk tujuan bisnis masih belum optimal karena kurangnya pemahaman mengenai strategi pemasaran, seperti branding, content marketing, dan cara membangun engagement dengan audiens.

D. Teori Kewirausahaan

Kewirausahaan merupakan kemampuan individu dalam menciptakan, mengembangkan, dan mengelola usaha dengan memanfaatkan peluang yang ada melalui inovasi dan kreativitas. Seorang wirausahawan tidak hanya berperan sebagai pelaku usaha, tetapi juga sebagai pengambil risiko, pengambil keputusan, serta pencipta nilai ekonomi baru. Hisrich, Peters, dan Shepherd (2020) menyatakan bahwa kewirausahaan adalah proses menciptakan sesuatu yang bernilai melalui pengorbanan waktu dan usaha serta keberanian menghadapi risiko yang ada. Kewirausahaan memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi karena dapat menciptakan lapangan kerja baru, mengurangi tingkat pengangguran, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, penanaman jiwa kewirausahaan sejak usia muda sangat penting dilakukan agar generasi mendatang memiliki mental yang mandiri, kreatif, dan inovatif.

Dalam dunia pendidikan, kewirausahaan tidak hanya diajarkan dalam bentuk teori, tetapi juga perlu dikembangkan melalui praktik langsung seperti simulasi bisnis, project-based learning, dan kegiatan usaha kecil di lingkungan sekolah. Hal ini bertujuan agar siswa tidak hanya memahami konsep kewirausahaan, tetapi juga memiliki pengalaman nyata dalam menjalankan usaha. Karakter penting dalam kewirausahaan meliputi keberanian mengambil risiko, kreativitas, inovasi, kemampuan beradaptasi, serta ketekunan dalam menghadapi tantangan bisnis. Tanpa karakter tersebut, seseorang akan sulit bertahan dalam dunia usaha yang penuh persaingan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Lusardi (2023) menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap perilaku keuangan yang bertanggung jawab. Individu yang memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi cenderung lebih mampu mengelola pendapatan, mengendalikan pengeluaran, dan mengambil keputusan keuangan secara tepat serta Chen dan Volpe (1998) menemukan bahwa tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi berpengaruh terhadap kemampuan individu dalam mengelola keuangan secara lebih efektif. Hasil ini konsisten dengan kegiatan PKM yang menunjukkan peningkatan kemampuan siswa dalam menyusun anggaran dan mencatat pemasukan serta pengeluaran. Hasil penelitian ini sejalan dengan kegiatan PKM yang dilakukan di Yayasan Mulia Peduli Bangsa, dimana setelah diberikan edukasi pengelolaan keuangan, siswa menunjukkan peningkatan pemahaman mengenai pentingnya perencanaan keuangan, pencatatan pengeluaran, dan kebiasaan menabung. Dengan demikian, terdapat konsistensi bahwa peningkatan literasi keuangan dapat mendorong perilaku keuangan yang lebih baik dan mendukung kemandirian ekonomi.

2.3 Pengembangan Hipotesis

H1 : Pengelolaan keuangan berpengaruh positif terhadap kemandirian berwirausaha siswa SMA.

H2 : Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap kemandirian berwirausaha siswa SMA.

H3 : Pemasaran digital berpengaruh positif terhadap kemandirian berwirausaha siswa SMA.

H4 : Pengelolaan keuangan dan pemasaran digital secara simultan berpengaruh positif terhadap kemandirian berwirausaha siswa SMA.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode Pengabdian kepada Masyarakat (PKM). Pendekatan ini bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis peningkatan pemahaman siswa mengenai pengelolaan keuangan dan pemasaran digital setelah mengikuti kegiatan penyuluhan dan pelatihan. Data diperoleh melalui observasi, diskusi, dan evaluasi selama kegiatan berlangsung.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa tingkat Sekolah Menengah Atas (SMA) yang berada di Yayasan Mulia Peduli Bangsa (YMPB), Jakarta Timur. Sampel penelitian menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan peserta berdasarkan kesesuaian dengan tujuan kegiatan, yaitu siswa SMA yang mengikuti program pelatihan pengelolaan keuangan dan pemasaran digital.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Tahap Observasi dan Identifikasi Kebutuhan

Tahap awal dilakukan melalui observasi dan komunikasi dengan pihak Yayasan Mulia Peduli Bangsa untuk mengidentifikasi kondisi, kebutuhan, serta permasalahan yang dihadapi oleh siswa terkait pengelolaan keuangan dan pemanfaatan media digital. Pada tahap ini diperoleh informasi bahwa sebagian besar siswa belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai pengelolaan keuangan pribadi serta belum memanfaatkan media sosial secara optimal sebagai sarana yang produktif dan bernilai ekonomis.

2. Tahap Perencanaan Kegiatan

Berdasarkan hasil observasi, tim PKM menyusun rencana kegiatan yang meliputi penentuan tema, penyusunan materi, pembagian tugas tim, penyusunan jadwal kegiatan, serta persiapan media pendukung yang akan digunakan selama pelaksanaan kegiatan. Materi disusun dengan bahasa yang sederhana dan disesuaikan dengan karakteristik peserta agar mudah dipahami dan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

3. Tahap Pelaksanaan Penyuluhan

Tahap pelaksanaan dilakukan dalam bentuk penyuluhan dan edukasi kepada peserta. Materi yang disampaikan mencakup pentingnya pengelolaan keuangan sejak usia muda, cara mengatur pengeluaran secara bijak, pentingnya menabung, pengenalan konsep dasar kewirausahaan, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran digital.

Penyampaian materi dilakukan secara komunikatif dan interaktif sehingga peserta dapat memahami materi dengan lebih baik. Selain itu, pemateri juga memberikan contoh-contoh sederhana yang dekat dengan kehidupan sehari-hari siswa agar materi lebih mudah dipahami.

4. Tahap Diskusi Interaktif dan Tanya Jawab

Setelah penyampaian materi, kegiatan dilanjutkan dengan sesi diskusi interaktif dan tanya jawab. Pada tahap ini peserta diberikan kesempatan untuk menyampaikan pendapat, pengalaman, serta pertanyaan terkait pengelolaan keuangan dan pemasaran digital. Diskusi dilakukan untuk memperdalam pemahaman peserta terhadap materi yang telah disampaikan sekaligus mendorong partisipasi aktif siswa selama kegiatan berlangsung.

5. Tahap Ice Breaking dan Penguatan Materi

Untuk menjaga antusiasme peserta selama kegiatan berlangsung, dilakukan ice breaking edukatif yang disisipkan di antara sesi penyampaian materi. Kegiatan ini bertujuan menciptakan suasana belajar yang menyenangkan, meningkatkan konsentrasi peserta, serta memperkuat pemahaman terhadap materi yang telah diberikan.

6. Tahap Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan dilakukan melalui observasi selama kegiatan berlangsung, tingkat partisipasi peserta dalam diskusi, sesi tanya jawab, serta umpan balik yang diberikan oleh peserta dan pihak yayasan. Evaluasi ini bertujuan untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta terhadap materi yang disampaikan serta menilai efektivitas pelaksanaan kegiatan secara keseluruhan.

7. Tahap Penyusunan Laporan

Tahap akhir kegiatan adalah penyusunan laporan dan dokumentasi kegiatan sebagai bentuk pertanggungjawaban pelaksanaan program Pengabdian kepada Masyarakat. Laporan disusun

berdasarkan hasil observasi, pelaksanaan kegiatan, evaluasi, serta dokumentasi yang diperoleh selama program berlangsung.

Alur pelaksanaan kegiatan dapat digambarkan sebagai berikut:

Observasi dan Identifikasi Kebutuhan

↓

Perencanaan Program

↓

Penyusunan Materi

↓

Penyuluhan dan Edukasi

↓

Diskusi Interaktif dan Tanya Jawab

↓

Ice Breaking dan Penguatan Materi

↓

Evaluasi dan Umpan Balik

↓

Penyusunan Laporan Kegiatan

Tabel Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Pengelolaan Keuangan (X1)	Kemampuan siswa dalam mengatur, mencatat, dan merencanakan penggunaan uang secara efektif.	Menyusun anggaran; mencatat pemasukan dan pengeluaran; membedakan kebutuhan dan keinginan; menabung
Pemasaran Digital (X2)	Kemampuan siswa dalam memanfaatkan media digital untuk kegiatan promosi dan usaha.	Pemanfaatan media sosial; pembuatan konten promosi; pemahaman target pasar; penggunaan platform digital
Kemandirian Berwirausaha (Y)	Kemampuan siswa untuk memiliki inisiatif, motivasi, dan kesiapan dalam menjalankan usaha secara mandiri.	Minat berwirausaha; kreativitas usaha; keberanian mengambil peluang; kemampuan menyusun ide bisnis

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif. Data yang diperoleh dari hasil observasi, diskusi, dokumentasi, dan umpan balik peserta dianalisis melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Analisis dilakukan untuk mengetahui perubahan pemahaman peserta mengenai pengelolaan keuangan dan pemasaran digital serta dampaknya terhadap kemandirian berwirausaha

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 HASIL

Data hasil kegiatan disajikan dalam bentuk tabel. Tabel berikut menunjukkan perubahan pemahaman siswa setelah mengikuti pelatihan pengelolaan keuangan dan pemasaran digital.

Aspek	Sebelum Pelatihan	Setelah Pelatihan
Pengelolaan Keuangan	Pemahaman masih terbatas pada menabung	Mampu menyusun anggaran dan mencatat pemasukan-pengeluaran
Pemasaran Digital	Media sosial digunakan untuk hiburan	Memahami media sosial sebagai sarana promosi usaha
Kewirausahaan	Minat berwirausaha masih rendah	Minat dan motivasi berwirausaha meningkat

Sumber: Hasil Observasi dan Evaluasi Kegiatan PKM (2026).

4.2 Pembahasan

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman siswa mengenai pengelolaan keuangan dan pemasaran digital. Peserta mulai memahami pentingnya perencanaan keuangan, pencatatan transaksi sederhana, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi usaha. Selain itu, kegiatan ini juga berhasil meningkatkan minat dan motivasi siswa untuk berwirausaha. Temuan ini menunjukkan bahwa pelatihan pengelolaan keuangan dan pemasaran digital dapat menjadi sarana yang efektif dalam mendorong kemandirian berwirausaha di kalangan siswa SMA.

Secara keseluruhan, kegiatan PKM ini menunjukkan bahwa edukasi mengenai pengelolaan keuangan dan pemasaran digital merupakan langkah yang relevan dan strategis dalam menumbuhkan kesadaran siswa terhadap pentingnya kemandirian ekonomi. Pengetahuan yang diperoleh selama kegiatan diharapkan dapat menjadi bekal awal bagi peserta untuk mengembangkan pola pikir yang lebih produktif, bertanggung jawab, dan memiliki semangat kewirausahaan yang lebih baik di masa depan.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan di Yayasan Mulia Peduli Bangsa, dapat disimpulkan bahwa pelatihan pengelolaan keuangan dan pemasaran digital berhasil meningkatkan pemahaman siswa SMA mengenai pentingnya literasi keuangan dan pemanfaatan teknologi digital secara produktif. Sebelum kegiatan berlangsung, sebagian besar siswa masih memiliki pemahaman yang terbatas terkait pengelolaan keuangan serta penggunaan media sosial yang lebih dominan untuk hiburan dan komunikasi. Setelah

mengikuti kegiatan, siswa mulai memahami cara menyusun anggaran sederhana, mencatat pemasukan dan pengeluaran, membedakan kebutuhan dan keinginan, serta memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi dan pengembangan usaha.

Selain meningkatkan pengetahuan dan keterampilan, kegiatan ini juga berhasil menumbuhkan minat serta motivasi berwirausaha di kalangan siswa. Melalui materi dan diskusi yang interaktif, peserta memperoleh wawasan mengenai peluang usaha yang dapat dikembangkan dengan memanfaatkan teknologi digital. Dengan demikian, pelatihan pengelolaan keuangan dan pemasaran digital terbukti menjadi strategi yang efektif dalam mendukung kemandirian berwirausaha, meningkatkan kesadaran finansial, serta mempersiapkan generasi muda agar lebih kreatif, inovatif, dan mampu menghadapi tantangan ekonomi di era digital. Oleh karena itu, kegiatan serupa perlu dilaksanakan secara berkelanjutan agar manfaat yang diperoleh dapat semakin berkembang dan memberikan dampak jangka panjang bagi peserta.

6. KETERBATASAN DAN SARAN

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, yaitu jumlah peserta yang terbatas pada siswa SMA di Yayasan Mulia Peduli Bangsa sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasikan untuk seluruh siswa SMA. Selain itu, waktu pelaksanaan kegiatan yang relatif singkat menyebabkan materi yang diberikan lebih berfokus pada pengenalan konsep dasar pengelolaan keuangan dan pemasaran digital, sehingga belum dapat mengukur dampak jangka panjang terhadap perilaku keuangan dan aktivitas kewirausahaan peserta. Evaluasi yang dilakukan juga masih bersifat deskriptif berdasarkan observasi, diskusi, dan umpan balik peserta.

Penelitian selanjutnya disarankan melibatkan jumlah responden yang lebih banyak dan berasal dari berbagai sekolah atau lembaga pendidikan agar hasil penelitian lebih representatif. Selain itu, diperlukan pendampingan dan evaluasi jangka panjang untuk mengetahui efektivitas pelatihan dalam membentuk perilaku keuangan yang baik dan meningkatkan kemandirian berwirausaha. Penelitian berikutnya juga dapat menggunakan pendekatan kuantitatif dengan instrumen pengukuran yang lebih terstruktur sehingga hubungan antara literasi keuangan, pemasaran digital, dan kemandirian berwirausaha dapat dianalisis secara lebih mendalam.

REFRENSI

Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik Pendidikan dan Sosial Ekonomi Indonesia*. Badan Pusat Statistik.

Dwivedi, Y. K., et al. (2023). Digital marketing and social media strategies. *International Journal of Information Management*, 69, 102624.

- Kominfo. (2021). *Status Literasi Digital di Indonesia*. Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2024). *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia 2021–2025*. Otoritas Jasa Keuangan.
- Suryana. (2018). *Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Salemba Empat.
- Yayasan Mulia Peduli Bangsa. (2026). *Profil Yayasan Mulia Peduli Bangsa*. Yayasan Mulia Peduli Bangsa.
- Lusardi, A. (2023). *Financial Literacy and Responsible Financial Behavior*. *Journal of Economic Perspectives*, 37(2), 45–68.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). Sage Publications.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- OECD. (2023). *OECD/INFE International Survey of Adult Financial Literacy*.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (7th ed.).
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2020). *Entrepreneurship* (11th ed.).
- Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). *An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students*. *Financial Services Review*, 7(2), 107–128.sa
- Atkinson, A., & Messy, F. A. (2012). *Measuring Financial Literacy: Results of the OECD / International Network on Financial Education (INFE) Pilot Study*. OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions, No. 15. OECD Publishing.