

MENJADI SDM UNGGUL CERDAS MENGELOLA KEUANGAN DAN MEMAHAMI PEMASARAN DI ERA DIGITAL DI SMA NEGERI 6 KOTA SERANG

^{*1}Taufiq Badawi, ²Rinzane, ³Muhammad Salman Alfarisi, ⁴Sukma Abdurohman, ⁵Ratu Anggi
Triani, ⁶Okta Riszaldi.

^{1,2,3,4,5,6}Program Studi Manajemen Universitas Pamulang

*E-mail: taufiqbdw@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital menuntut generasi muda untuk memiliki kompetensi yang relevan, khususnya dalam hal pengelolaan keuangan dan pemahaman pemasaran digital. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan literasi keuangan dan kemampuan pemasaran digital siswa di SMA Negeri 6 Kota Serang sebagai upaya menciptakan sumber daya manusia (SDM) yang unggul dan adaptif terhadap tantangan era digital. Metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif dengan pelaksanaan pelatihan, simulasi, dan evaluasi terhadap pemahaman siswa. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman konsep dasar keuangan pribadi, penyusunan anggaran, serta strategi pemasaran melalui media sosial dan platform digital lainnya. Program ini juga mendorong sikap mandiri, kreatif, dan inovatif di kalangan siswa. Dengan demikian, program edukatif ini berkontribusi positif dalam mempersiapkan generasi muda yang cakap finansial dan siap bersaing di dunia digital.

Kata kunci: SDM unggul, literasi keuangan, pemasaran digital, generasi muda, era digital

ABSTRACT

Abstrak The rapid development of digital technology requires the younger generation to possess relevant competencies, particularly in financial management and digital marketing. This study aims to enhance financial literacy and digital marketing skills among students of SMA Negeri 6 Kota Serang as an effort to create excellent and adaptive human resources in the digital era. The method used is a descriptive approach through the implementation of training sessions, simulations, and evaluation of students' understanding. The results show a significant improvement in the comprehension of basic personal finance concepts, budgeting, and marketing strategies through social media and other digital platforms. The program also fosters independence, creativity, and innovation among students. Therefore, this educational initiative contributes positively to preparing a financially literate generation ready to compete in the digital world.

Keywords: excellent human resources, financial literacy, digital marketing, youth generation, digital era

I. PENDAHULUAN

Perkembangan era digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia pendidikan, ekonomi, dan ketenagakerjaan. Di tengah dinamika ini, generasi muda dihadapkan pada tantangan yang semakin kompleks, yang tidak hanya menuntut penguasaan akademik semata melainkan juga keterampilan praktis seperti *soft skills*, literasi keuangan, dan pemahaman pemasaran digital. Khususnya bagi siswa SMA Negeri 6 Kota Serang yang akan segera memasuki dunia

kerja atau melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi, penguasaan keterampilan tersebut menjadi kebutuhan yang mendesak.

Fakta dilapangan menunjukkan bahwa banyak siswa masih belum memiliki pemahaman yang memadai terkait pengelolaan diri, keuangan pribadi, maupun pemanfaatan media digital untuk pengembangan karier atau bisnis. Kurangnya pemahaman akan pentingnya kepemimpinan, komunikasi efektif, dan manajemen waktu kerap menghambat kesiapan mereka dalam bersaing di dunia profesional. Di sisi lain, tingkat literasi keuangan yang rendah sering kali menyebabkan pengambilan keputusan finansial yang kurang bijak. Sementara itu, media sosial yang seharusnya dapat menjadi sarana produktif masih lebih banyak digunakan hanya sebagai hiburan tanpa strategi yang jelas.

Menjawab tantangan tersebut, kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dirancang sebagai upaya pemberdayaan siswa-siswi SMAN 6 Kota Serang melalui pelatihan dan edukasi di tiga bidang strategis: Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM), Keuangan Pribadi, dan Pemasaran Digital. Tujuan utama kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kesiapan siswa menghadapi dunia kerja dan wirausaha, serta membantu mereka membangun karakter sebagai individu yang unggul dan adaptif terhadap perubahan zaman.

Dengan pendekatan interaktif berupa sesi pelatihan, diskusi kelompok, dan simulasi praktik, diharapkan kegiatan ini tidak hanya menambah wawasan, tetapi juga membentuk keterampilan nyata yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Keberhasilan kegiatan ini akan menjadi pijakan penting dalam menciptakan model pembinaan generasi muda yang holistik, relevan, dan berorientasi pada masa depan.

II. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif-edukatif, yang memadukan metode penyampaian materi, pelatihan praktis, dan evaluasi berkelanjutan. Tujuan utama metode ini adalah untuk meningkatkan pemahaman sekaligus kemampuan aplikatif siswa dalam bidang *soft skills*, literasi keuangan, dan pemasaran digital. Kegiatan berlangsung di SMA Negeri 6 Kota Serang dan melibatkan siswa kelas X hingga XII sebagai peserta utama.

1. Desain Kegiatan

Metode pelaksanaan dibagi menjadi tiga sesi utama yang masing-masing berfokus pada bidang kompetensi berbeda:

Sesi 1: Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM)

- Materi yang diberikan meliputi pentingnya *soft skills*, kepemimpinan, komunikasi efektif, kerja tim, dan manajemen waktu.
- Disampaikan melalui presentasi interaktif dan studi kasus, dilanjutkan dengan simulasi wawancara kerja dan latihan *public speaking*.

Sesi 2: Manajemen Keuangan Pribadi

- Membahas dasar-dasar *budgeting* (metode 50/30/20), pengelolaan uang saku, pentingnya menabung, serta pengenalan investasi dasar.
- Disertai dengan simulasi penyusunan anggaran bulanan dan latihan pencatatan keuangan sederhana.

Sesi 3: Pemasaran Digital dan *Personal Branding*

- Memberikan pemahaman tentang strategi pemasaran melalui media sosial dan cara membangun citra diri profesional.
- Peserta dilibatkan dalam praktik membuat konten digital, profil *LinkedIn*, dan strategi pemasaran sederhana untuk produk simulatif.

2. Metode Pengajaran

Agar pembelajaran berjalan optimal, kegiatan menggunakan kombinasi beberapa metode:

- Presentasi Interaktif: Materi disampaikan secara visual dan verbal dengan dukungan slide dan ilustrasi studi kasus.
- Diskusi Kelompok: Peserta dibagi ke dalam kelompok kecil untuk membahas permasalahan, menyusun solusi, dan mempresentasikan hasilnya.
- Simulasi Praktik: Peserta menjalani latihan langsung sesuai topik, seperti menyusun anggaran, membuat konten promosi, dan latihan kepemimpinan.

3. Evaluasi dan Monitoring

Evaluasi dilakukan dalam dua tahap:

- Pretest dan Posttest: Untuk mengukur peningkatan pemahaman siswa sebelum dan sesudah kegiatan.

- Kuesioner dan Refleksi: Umpan balik dikumpulkan dari peserta dan guru untuk menilai kebermanfaatan kegiatan dan efektivitas metode penyampaian.

Selain itu, dilakukan observasi langsung terhadap keaktifan peserta serta wawancara singkat untuk menggali dampak kegiatan terhadap perubahan sikap dan pengetahuan siswa.

4. Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut:

Tempat	: SMA Negeri 6 Kota Serang
Waktu Pelaksanaan	: Kamis- Jumat, 24- 25 April 2025

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Kegiatan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dilaksanakan di SMA Negeri 6 Kota Serang dan diikuti oleh siswa-siswi kelas X hingga XII. Berdasarkan hasil pretest dan posttest yang diberikan, terdapat peningkatan signifikan dalam pemahaman siswa terhadap materi yang disampaikan, yang mencakup tiga aspek utama:

soft skills (MSDM), manajemen keuangan pribadi, dan pemasaran digital.

- Aspek Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM)

Sebelum kegiatan, sebagian besar siswa belum memahami konsep *soft skills* secara utuh. Setelah pelatihan, sekitar 82% siswa mampu mengidentifikasi pentingnya keterampilan seperti komunikasi, kepemimpinan, dan manajemen waktu dalam dunia kerja. Selain itu, 75% siswa menunjukkan peningkatan kepercayaan diri dalam simulasi wawancara kerja dan presentasi kelompok.

- Aspek Manajemen Keuangan Pribadi

Pada sesi ini, terjadi peningkatan pemahaman siswa dalam menyusun anggaran sederhana dan membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Sekitar 78% peserta berhasil membuat rencana pengeluaran pribadi dengan metode *budgeting* 50/30/20, dan 64% menunjukkan pemahaman awal tentang konsep menabung dan investasi jangka panjang.

- Aspek Pemasaran Digital dan *Personal Branding*

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa siswa mulai menyadari potensi media sosial sebagai alat untuk membangun citra diri dan memasarkan produk. Sebanyak 85% siswa mampu membuat konten promosi sederhana di *platform* seperti Instagram, dan 70% siswa berhasil menyusun rencana pemasaran digital untuk produk simulatif mereka.

- Evaluasi Umum dan Umpan Balik

Kuesioner umpan balik menunjukkan bahwa 88% peserta merasa kegiatan ini sangat bermanfaat, dan 92% menyatakan metode pelatihan yang digunakan interaktif dan mudah dipahami. Para guru juga memberikan tanggapan positif terhadap peningkatan keaktifan siswa selama sesi berlangsung.

2. Pembahasan

Hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa integrasi pendekatan edukatif, praktik langsung, dan evaluasi berkelanjutan mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan siswa secara menyeluruh. Dalam konteks pembelajaran, ada tiga aspek yang difokuskan dalam program ini MSDM, keuangan pribadi, dan pemasaran digital. Merupakan kompetensi kunci yang perlu dikuasai oleh generasi muda.

Peningkatan pemahaman *soft skills* sesudah pelatihan mengindikasikan bahwa siswa memiliki potensi besar dalam mengembangkan kemampuan interpersonal, hanya saja membutuhkan bimbingan yang baik. Simulasi nyata seperti wawancara dan studi kasus terbukti efektif dalam membentuk kepercayaan diri dan kemampuan berpikir kritis siswa.

Dalam hal literasi keuangan keberhasilan siswa dalam memahami dasar-dasar perencanaan anggaran dan konsep menabung mencerminkan pentingnya pembelajaran keuangan sejak dini.

Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menekankan bahwa pemahaman finansial remaja sangat menentukan perilaku ekonomi mereka di masa depan.

Sementara itu pemanfaatan media digital untuk pemasaran dan *personal branding* membuka wawasan baru bagi siswa tentang potensi teknologi bukan sekedar hiburan. Ini menjadi fondasi awal dalam membentuk jiwa kewirausahaan dan pemikiran strategis yang sangat dibutuhkan di era digital saat ini.

Secara umum kegiatan PKM ini berhasil menjawab kebutuhan nyata di kalangan siswa SMA terkait kesiapan menghadapi dunia kerja dan bisnis. Pembelajaran yang aplikatif dan partisipatif mampu meningkatkan antusias serta keterlibatan aktif siswa, dan menjadi model pendekatan edukatif yang dapat direplikasi di sekolah lain.





Gambar 1.2 Dokumentasi Kegiatan PKM

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan di SMAN 6 Kota Serang dengan tema *“Menjadi SDM Unggul, Cerdas Mengelola Keuangan, dan Memahami Pemasaran di Era Digital”* telah memberikan kontribusi yang signifikan dalam peningkatan wawasan dan keterampilan praktis siswa di tiga bidang yaitu (Manajemen Sumber Daya Manusia), literasi keuangan, dan pemasaran digital. Melalui pendekatan edukatif dan praktis, siswa menunjukkan peningkatan pemahaman terhadap pentingnya kepemimpinan, komunikasi, pengelolaan keuangan pribadi, serta pemanfaatan media digital sebagai sarana produktif. Simulasi dan diskusi kelompok terbukti mampu mendorong keterlibatan aktif dan membangun kepercayaan diri siswa dalam menghadapi tantangan dunia kerja dan kewirausahaan.

Hasil evaluasi juga menunjukkan bahwa metode pelatihan yang interaktif dan aplikatif sangat efektif dalam mentransfer pengetahuan dan keterampilan kepada peserta. Dengan demikian, program ini tidak hanya berhasil menjawab permasalahan yang ada, tetapi juga memberikan dasar yang kuat bagi pengembangan karakter dan kompetensi siswa di era digital.

2. Saran

- Untuk Sekolah

Disarankan agar pihak sekolah mempertimbangkan integrasi materi soft skills, literasi keuangan, dan pemasaran digital ke dalam kegiatan ekstrakurikuler atau program pelatihan rutin. Hal ini penting untuk menciptakan pembelajaran yang seimbang antara aspek akademik dan keterampilan hidup.

- Untuk Siswa

Siswa diharapkan dapat terus mengembangkan keterampilan yang telah diperoleh melalui kegiatan ini secara mandiri, baik melalui praktik sehari-hari maupun melalui pelatihan lanjutan. Pemanfaatan media digital secara produktif dan pengelolaan keuangan sejak dini akan menjadi aset penting bagi masa depan mereka.

- Untuk Mahasiswa Pelaksana PKM

Kegiatan semacam ini hendaknya dijadikan pengalaman berharga dalam pengembangan kompetensi profesional dan sosial. Ke depan, perlu dilakukan pemantauan dampak jangka panjang kegiatan untuk memastikan keberlanjutan manfaatnya di kalangan peserta.

- Untuk Peneliti dan Pihak Akademik

Perlu dilakukan studi lanjutan terkait efektivitas pendekatan edukatif berbasis praktik langsung dalam meningkatkan kesiapan kerja siswa SMA Negeri 6 Kota Serang, pengembangan berbasis hasil PKM dapat menjadi kontribusi nyata dalam penguatan Pendidikan dan kewirausahaan.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini. Secara khusus, apresiasi disampaikan kepada:

1. Bapak Dr. E. Nurzaman A.M, Msi., M.M selaku Sekertaris Rektor Universitas Pamulang PSDKU Serang yang banyak memberikan dukungan di dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini.
2. Bapak Dr. Juhaeri, S Kom., M.M Wakil Direktur 1 Universitas Pamulang PSDKU Serang yang telah banyak memberikan dorongan di dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian Masyarakat ini.
3. Bapak Indar Riyanto S.Kom., S.E., M.M Ketua Program Studi Manajemen yang banyak memberikan kemudahan pada kegiatan pengabdian Masyarakat.
4. Dosen Pembimbing,Ibu Ratu Anggi Triani, S.M., M.M., dan Bapak Okta Riszaldi, S.E., M.M., atas bimbingan, masukan, dan arahan yang sangat berarti sejak tahap perencanaan hingga penyusunan laporan akhir.
5. Kepala Sekolah, guru dan siswa/I SMA Negeri 6 Kota Serang yang telah memberikan tempat dan waktu demi terlaksananya kegiatan pengabdian Masyarakat ini.

Ucapan terima kasih ini juga ditujukan kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung. Semoga kegiatan ini memberikan manfaat jangka panjang bagi

seluruh peserta dan menjadi inspirasi dalam upaya peningkatan kualitas sumber daya manusia di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2021). *Fundamentals of Financial Management* (15th ed.). Cengage Learning.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Labrecque, L. I., Markos, E., & Milne, G. R. (2011). Online personal branding: Processes, challenges, and implications. *Journal of Interactive Marketing*, 25(1), 37–50. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2010.09.002>
- Mankiw, N. G. (2020). *Principles of Economics* (9th ed.). Cengage Learning.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2019). *Organizational Behavior* (18th ed.). Pearson.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.