

MEWUJUDKAN SISWA-SISWI YANG MEMILIKI KOMPETENSI GUNA DAPAT BERSAING DALAM DIGITAL MARKETING SERTA TERAMPIL DALAM MANAJEMEN KEUANGAN DI SMK PGRI 1 KOTA SERANG

Mari'an Miftahuddin ^{1*}, Fifit Haerani ², Najwa Maghfira ³, Manulana ⁴

^{1,2,3,4} Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Pamulang Kota Serang

E-mail: marianmiftahuddin@gmail.com

ABSTRAK

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi siswa-siswi SMK PGRI 1 Kota Serang dalam bidang digital marketing dan manajemen keuangan sebagai respons terhadap kebutuhan dunia kerja dan perkembangan teknologi digital. Berdasarkan hasil observasi awal, ditemukan bahwa pemahaman siswa terhadap strategi pemasaran digital, pembuatan konten promosi, serta kemampuan pencatatan keuangan masih terbatas. Pelatihan digital marketing berfokus pada pemahaman konsep promosi digital, strategi komunikasi online, dan teknik dasar pembuatan konten yang efektif untuk meningkatkan daya tarik informasi. Sementara itu, pelatihan manajemen keuangan diarahkan untuk memperkuat kemampuan siswa dalam mencatat arus kas, mengelola pemasukan dan pengeluaran, serta menyusun laporan keuangan sederhana yang relevan bagi kebutuhan pribadi maupun kegiatan wirausaha. Hasil pelaksanaan kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam kemampuan siswa menerapkan strategi pemasaran digital dan melakukan pengelolaan keuangan secara terstruktur. Siswa terlibat aktif dalam diskusi, latihan praktik, serta mini project yang menjadi sarana penerapan keterampilan secara langsung. Selain memberikan bekal kompetensi teknis, program ini juga meningkatkan kepercayaan diri siswa dalam menghadapi tantangan dunia kerja dan kewirausahaan di era digital. Secara keseluruhan, PKM ini memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan kapasitas siswa serta mendorong sekolah untuk melanjutkan program berbasis teknologi dan literasi finansial sebagai upaya berkelanjutan dalam mempersiapkan lulusan yang kompeten dan adaptif.

Kata Kunci: *Digital Marketing, Manajemen Keuangan, PKM, Kompetensi Siswa*

ABSTRACT

This Community Service Activity (PKM) aims to improve the competence of students at SMK PGRI 1 Kota Serang in the fields of digital marketing and financial management in response to the needs of the world of work and developments in digital technology. Based on initial observations, it was found that students' understanding of digital marketing strategies, promotional content creation, and financial recording skills was still limited. The digital marketing training focused on understanding digital promotion concepts, online communication strategies, and basic techniques for creating effective content to increase the appeal of information. Meanwhile, financial management training was aimed at strengthening students' abilities in recording cash flow, managing income and expenses, and compiling simple financial reports relevant to personal needs and entrepreneurial activities. The results of the activities showed a significant increase in students' ability to apply digital marketing strategies and manage finances in a structured manner. Students were actively involved in discussions, practical exercises, and mini-projects that served as a means of directly applying their skills. In addition to providing technical competencies, this program also boosts students' confidence in facing the challenges of the world of work and entrepreneurship in the digital era. Overall, this PKM makes a real contribution to developing student capacity and encourages schools to continue technology-based and financial literacy programs as a sustainable effort to prepare competent and adaptive graduates.

Keywords: *Digital Marketing, Financial Management, PKM, Student Competency*

PENDAHULUAN

Perkembangan transformasi digital di pendidikan vokasi menunjukkan pengaruh besar terhadap peningkatan kompetensi siswa SMK. Keterampilan digital kini menjadi kebutuhan sangat krusial agar lulusan SMK mampu menyesuaikan diri dengan tuntutan dunia industri dan tenaga kerja modern. Transformasi ini mencakup pemanfaatan teknologi informasi, platform digital, serta integrasi praktik digital dalam pembelajaran vokasional. Model digital maturity pada SMK meliputi dimensi-dimensi seperti manajemen, budaya, dan teknologi, yang menunjukkan bahwa kesiapan digital di SMK bukan sekadar impian, melainkan keharusan strategis untuk menghadapi revolusi pendidikan (Setiawan et al., 2025).

Kemampuan digital marketing telah menjadi keterampilan strategis yang sangat penting bagi siswa SMK, terutama di tengah kemajuan teknologi digital yang begitu cepat. Hasil pengabdian masyarakat di SMK Negeri 9 Makassar memperlihatkan bahwa pelatihan dalam bidang digital marketing secara signifikan mampu meningkatkan kemampuan siswa, mulai dari pembuatan konten kreatif, pengelolaan media sosial secara efektif, hingga penerapan berbagai strategi pemasaran yang dikembangkan melalui proyek nyata (Sari & Yanto, 2025). Berbagai program pelatihan ini terbukti efektif dalam membekali siswa dengan keterampilan digital yang langsung dapat diterapkan di dunia usaha dan industri, sehingga memperkuat kesiapan mereka menghadapi persaingan pasar kerja di era digital.

Selain keterampilan dalam pemasaran digital, literasi keuangan juga merupakan kompetensi krusial yang harus dimiliki oleh peserta didik untuk meningkatkan kesiapan kerja dan kemampuan berwirausaha. Banyak siswa SMK masih kurang memahami aspek penting seperti pencatatan keuangan, pengelolaan kas, dan perencanaan keuangan sederhana, yang berdampak pada kemampuan mereka dalam mengelola pendapatan maupun modal usaha dengan efektif. Penelitian yang dilakukan Latif et al., (2024) di SMKN 6 Kota Serang memperlihatkan bahwa pelatihan dasar literasi keuangan mampu membekali siswa dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk mengelola keuangan pribadi maupun usaha secara sistematis dan bertanggung jawab, sehingga meningkatkan peluang kesuksesan mereka dalam dunia kerja maupun kewirausahaan.

Literasi keuangan memiliki hubungan yang erat dengan perilaku finansial dan kesiapan kewirausahaan siswa SMK. Pengetahuan yang baik tentang keuangan membuat peserta didik lebih mampu mengambil keputusan finansial secara tepat, yang pada gilirannya meningkatkan kemampuan mereka dalam menjalankan usaha kecil. Hal ini dibuktikan dalam penelitian Linda et al., (2022) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan siswa, seperti pencatatan keuangan, pengelolaan kas, dan perencanaan keuangan sederhana. Dengan penguasaan literasi keuangan yang memadai, siswa dapat menjalankan pengelolaan keuangan secara lebih sistematis dan bertanggung jawab.

Penguatan kompetensi digital marketing sangat relevan dengan pengembangan karakter dan profil pelajar Pancasila, yang menekankan pentingnya kreativitas, kemandirian, serta kemampuan bernalar kritis dalam memanfaatkan teknologi secara optimal. Melalui pelatihan digital marketing berbasis proyek, siswa didorong untuk mengembangkan strategi pemasaran digital yang efektif, yang tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis tetapi juga menumbuhkan sikap inovatif dan tanggung jawab. Contoh konkret dapat dilihat dari pelaksanaan program di SMAN 1 Pajangan Bantul, di mana siswa mampu mengasah kreativitas dalam pembuatan konten dan menunjukkan kecerdasan dalam memanfaatkan berbagai platform digital sebagai media promosi yang efisien (Bhikuning et al., 2025). Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya membekali siswa dengan pengetahuan teknis, tetapi juga memperkuat karakter mereka sesuai nilai-nilai pelajar Pancasila.

Berkaitan dengan kondisi tersebut, SMK PGRI 1 Kota Serang sebagai salah satu sekolah kejuruan yang memiliki potensi besar dalam mencetak lulusan berkualitas masih menghadapi tantangan berupa terbatasnya pelatihan digital marketing dan belum optimalnya pembelajaran manajemen keuangan yang aplikatif. Berdasarkan hasil observasi awal, siswa membutuhkan pelatihan yang mampu mengintegrasikan kompetensi digital marketing dan literasi keuangan agar siap bersaing di dunia industri maupun dunia usaha. Oleh karena itu, pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini dirancang untuk membantu siswa meningkatkan keterampilan pemasaran digital serta kemampuan mengelola keuangan secara profesional. Program ini diharapkan mampu memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan daya saing serta kemandirian siswa SMK PGRI 1 Kota Serang.

METODE

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini mengadopsi metode pembelajaran yang bersifat edukatif, partisipatif, dan aplikatif agar peserta tidak hanya mendapatkan pengetahuan teori, tetapi juga pengalaman praktik langsung dalam digital marketing dan manajemen keuangan. Pendekatan tersebut dirancang untuk memastikan siswa mampu mengaplikasikan keterampilan yang diperoleh, baik dalam dunia kerja maupun usaha mandiri yang mereka jalani.

Tabel 1. Metode Kegiatan

No	Tahapan Kegiatan	Metode yang Digunakan	Uraian Kegiatan	Output yang Diharapkan
1	Persiapan dan Koordinasi	Observasi & Diskusi	Survei kebutuhan siswa dan guru untuk menentukan fokus materi digital marketing & keuangan	Data awal kompetensi dan kebutuhan materi
2	Pemaparan Materi	Presentasi & Tanya Jawab	Penyampaian materi dasar digital marketing, media sosial, serta pengelolaan keuangan dasar	Peserta memahami konsep dasar
3	Demonstrasi & Praktik	Praktik Langsung	Pembuatan konten digital (poster/video) dan praktik pencatatan arus kas sederhana	Siswa menghasilkan karya digital & laporan kas
4	Pembentukan Kelompok	Diskusi Kelompok	Pembentukan kelompok mini project untuk konten digital marketing dan laporan keuangan	Portofolio siswa
5	Evaluasi	Review & Feedback	Analisis hasil kegiatan melalui presentasi mini project, pre-test, dan post-test	Peningkatan kompetensi siswa

Sumber: Pelaksana PKM Universitas Pamulang SMK N 3 Kota Serang 2025

Kegiatan PKM terbagi menjadi tiga tahap utama, yaitu persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Pada tahap persiapan, tim PKM melakukan koordinasi dengan pihak sekolah dan mengidentifikasi kebutuhan siswa melalui observasi serta diskusi dengan guru. Materi pelatihan yang disusun meliputi pembuatan konten digital,

pemanfaatan media sosial untuk promosi, serta pencatatan arus kas dan penyusunan laporan keuangan sederhana, dengan modul yang praktis dan mudah dipahami.

Tahap pelaksanaan mencakup penyampaian materi, demonstrasi, diskusi aktif, dan praktik langsung, di mana siswa dilatih menggunakan aplikasi seperti Canva dan CapCut untuk membuat konten digital serta belajar strategi branding dan promosi. Selain itu, mereka juga dibimbing dalam pencatatan keuangan dasar menggunakan laporan kas sederhana. Evaluasi dilakukan melalui pre-test, post-test, presentasi mini project, dan pemberian umpan balik, dengan tujuan meningkatkan kompetensi siswa secara berkelanjutan dan memberdayakan mereka sebagai kreator konten serta pengelola keuangan yang terampil.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

1. Pelaksanaan Kegiatan

Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan tema “Mewujudkan Siswa-Siswi yang Kompeten untuk Bersaing di Bidang Digital Marketing dan Terampil dalam Manajemen Keuangan di SMK PGRI 1 Kota Serang” telah terlaksana dengan lancar dan mencapai target yang telah ditetapkan. Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Jumat, 17 Oktober 2025, bertempat di SMK PGRI 1 Kota Serang, Provinsi Banten.

Program ini melibatkan partisipasi aktif dari siswa kelas XII sebagai peserta utama serta peran pendamping dari para guru untuk mendukung kelancaran pelaksanaan. Metode tatap muka interaktif digunakan, meliputi penyampaian materi digital marketing dan manajemen keuangan, demonstrasi pembuatan konten digital, workshop pencatatan arus kas sederhana, simulasi studi kasus, serta sesi diskusi dan tanya jawab secara kelompok.

Selama kegiatan berlangsung, siswa menunjukkan antusiasme dan keaktifan yang tinggi. Pada sesi materi, mereka aktif bertanya mengenai strategi pemasaran digital, cara membuat konten menarik, serta teknik pencatatan keuangan yang tepat. Di tahap praktik, siswa berhasil membuat konten digital seperti poster atau video singkat menggunakan aplikasi Canva dan CapCut, yang kemudian dipresentasikan sebagai contoh nyata penerapan keterampilan digital marketing. Selain itu, pada sesi

manajemen keuangan, siswa dilatih membuat laporan sederhana mengenai arus kas yang mencakup pemasukan, pengeluaran, dan ringkasan keuangan, dan sebagian besar berhasil memahami konsep tersebut dengan baik.

Kegiatan ini juga melahirkan pembentukan tim kecil siswa yang bertanggung jawab mengembangkan portofolio digital marketing dan laporan keuangan sederhana sebagai proyek mini. Tim PKM menyediakan panduan praktis terkait strategi branding digital dan teknik pembukuan dasar agar siswa dapat bekerja secara terstandarisasi dan konsisten.

Secara keseluruhan, PKM ini berhasil meningkatkan kompetensi siswa dalam aspek keterampilan digital dan pengelolaan keuangan, memenuhi tujuan utama program untuk mempersiapkan siswa agar dapat bersaing dan berdaya saing dalam dunia kerja maupun kewirausahaan.

2. Kuesioner

Untuk mengukur tingkat kepuasan peserta dan menilai keberhasilan pelaksanaan kegiatan PKM, panitia penyelenggara mendistribusikan instrumen penilaian kepada seluruh peserta. Instrumen penilaian ini memuat delapan pernyataan pokok yang mencakup dimensi persiapan kegiatan, proses pelaksanaan, aspek keamanan kerja, kesesuaian dan kualitas materi pembelajaran, serta manfaat yang diperoleh dari hasil kegiatan. Berikut ini merupakan ringkasan data hasil dari penilaian kuesioner kegiatan:

Tabel 2 Hasil Kuesioner

No.	Aspek yang Dinilai	Hasil Evaluasi
1	Perencanaan PKM sesuai kebutuhan mitra	Memuaskan
2	Pelaksanaan PKM sesuai standar keselamatan kerja (K3)	Memuaskan
3	Pelaksanaan PKM sesuai kaidah metode ilmiah	Memuaskan
4	Pelaksanaan memperhatikan prinsip keselamatan dan kenyamanan	Memuaskan
5	Hasil PKM sesuai dengan perencanaan kegiatan	Memuaskan
6	Hasil PKM memberikan solusi sesuai harapan mitra	Memuaskan
7	Hasil PKM dapat dimanfaatkan secara maksimal oleh mitra	Memuaskan
8	Pendanaan PKM sebanding dengan hasil yang diperoleh	Memuaskan

Sumber: Pelaksana PKM Universitas Pamulang SMK Al-Maarif 2025

B. Pembahasan

Tujuan utama dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang berjudul “Mewujudkan Siswa-Siswi yang Memiliki Kompetensi Guna Dapat Bersaing dalam Digital Marketing serta Terampil dalam Manajemen Keuangan di SMK PGRI 1 Kota Serang” adalah untuk meningkatkan kemampuan siswa dalam memahami konsep pemasaran digital dan pengelolaan keuangan sederhana yang relevan dengan kebutuhan dunia kerja saat ini. Kegiatan ini dirancang sebagai upaya edukatif untuk membekali siswa dengan keterampilan praktis yang dapat mereka terapkan dalam kehidupan nyata, baik dalam konteks berwirausaha, mengikuti kegiatan sekolah, maupun ketika memasuki dunia industri. Di era digital, pemasaran melalui platform online menjadi kebutuhan penting bagi individu maupun lembaga. Selain itu, kemampuan mengelola keuangan secara benar juga menjadi keterampilan dasar yang wajib dimiliki agar siswa dapat merencanakan penggunaan uang secara bijak dan tidak terjebak pada perilaku konsumtif.

Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan dengan mengundang 25 siswa kelas XII dari berbagai jurusan di SMK PGRI 1 Kota Serang. Kegiatan berlangsung pada 17 Oktober 2025 dan dilaksanakan melalui sesi seminar interaktif dan workshop praktik digital marketing serta manajemen keuangan. Dalam sesi materi, siswa diperkenalkan dengan konsep dasar digital marketing seperti strategi konten, penggunaan aplikasi editing, pengenalan algoritma media sosial, serta langkah-langkah membuat konten promosi sederhana. Selain itu, siswa juga diberikan penjelasan mengenai konsep arus kas, pencatatan pemasukan dan pengeluaran, cara menyusun laporan keuangan sederhana, dan pentingnya perencanaan anggaran. Antusiasme siswa terlihat dari banyaknya pertanyaan terkait strategi membuat konten yang menarik, cara meningkatkan engagement, hingga tips mengelola uang saku dan mengatur prioritas keuangan.

Meskipun kegiatan ini tidak menggunakan instrumen pengukuran formal per siswa, respon positif dari peserta menjadi indikator bahwa kegiatan ini memberi manfaat yang nyata. Siswa terlihat lebih memahami cara memproduksi konten digital yang baik serta mampu menyusun laporan keuangan sederhana. Mereka juga lebih paham mengenai pentingnya merencanakan penggunaan uang dan tidak menghabiskan uang untuk hal-hal yang tidak mendesak. Hal tersebut menunjukkan bahwa pendekatan edukatif berbasis praktik langsung sangat efektif untuk

meningkatkan kompetensi siswa, terutama ketika materi disampaikan dengan bahasa sederhana, contoh nyata, dan latihan langsung yang sesuai dengan kebutuhan siswa.

Secara keseluruhan, kegiatan PKM ini berhasil mencapai tujuannya, yaitu meningkatkan pemahaman siswa terhadap pemasaran digital dan manajemen keuangan dasar. Diharapkan setelah mengikuti kegiatan ini, siswa SMK PGRI 1 Kota Serang mampu menerapkan keterampilan digital yang mereka peroleh dan dapat membuat konten mandiri untuk kebutuhan pribadi maupun sekolah. Selain itu, siswa juga diharapkan mampu mengelola keuangan mereka secara lebih terencana, memahami pentingnya pencatatan, dan menghindari penggunaan uang tanpa perhitungan. Kegiatan ini diharapkan menjadi langkah awal bagi sekolah untuk mengembangkan program peningkatan kompetensi digital dan finansial secara berkelanjutan agar siswa memiliki kesiapan penuh sebelum memasuki dunia kerja.

4.3.1 Pengenalan Konsep Digital Marketing dan Manajemen Keuangan

Digital marketing merupakan strategi pemasaran yang memanfaatkan platform digital seperti media sosial, website, dan aplikasi konten untuk mempromosikan produk atau layanan. Bagi siswa SMK, keterampilan pemasaran digital menjadi sangat penting karena dunia kerja saat ini menuntut tenaga yang kreatif, melek teknologi, dan mampu mengikuti perkembangan tren konten. Dengan kemampuan digital marketing, siswa dapat memahami cara membuat strategi promosi yang efektif, mengenal karakteristik audiens, serta memanfaatkan fitur teknologi untuk meningkatkan jangkauan informasi. Di sekolah vokasi seperti SMK, kemampuan ini juga dapat digunakan untuk mendukung kegiatan OSIS, promosi kelas, bahkan membantu UMKM sekitar sekolah dalam pembuatan konten promosi.

Selain digital marketing, siswa juga diperkenalkan dengan konsep manajemen keuangan sebagai keterampilan dasar dalam mengelola uang. Mereka diberikan pemahaman mengenai pentingnya pencatatan arus kas, pengelolaan pemasukan dan pengeluaran, prioritas kebutuhan, serta pentingnya tabungan dan dana cadangan. Literasi keuangan merupakan kemampuan yang harus dimiliki oleh setiap individu agar tidak terjebak dalam pengeluaran impulsif dan dapat membuat keputusan finansial yang bijak. Dengan memahami konsep ini, siswa dapat merencanakan anggaran pribadi dan mengatur uang saku secara disiplin.

Dalam kegiatan PKM, kedua konsep ini disampaikan melalui pendekatan edukatif dan praktik langsung. Siswa diajak membuat konten digital sebagai bentuk aplikasi pemasaran, dan sekaligus mencatat biaya, pemasukan, serta simulasi laporan keuangan dari mini project tersebut. Hal ini bertujuan agar siswa tidak hanya memahami teori tetapi juga mengalami alurnya secara langsung sehingga pembelajaran menjadi lebih bermakna dan berkelanjutan.

4.3.2 Tantangan dalam Digital Marketing dan Pengelolaan Keuangan

Dalam proses pembelajaran, ditemukan bahwa siswa menghadapi beberapa tantangan terkait digital marketing dan pengelolaan keuangan. Pada aspek pemasaran digital, tantangan yang dihadapi siswa meliputi kurangnya pengalaman dalam membuat konten berkualitas, kesulitan menentukan ide desain, serta keterbatasan pemahaman mengenai algoritma media sosial yang memengaruhi jangkauan konten. Beberapa siswa juga belum terbiasa menggunakan aplikasi desain seperti Canva atau CapCut sehingga membutuhkan waktu lebih lama dalam proses editing. Tantangan tersebut wajar ditemui karena mayoritas siswa baru pertama kali mengikuti pelatihan yang terfokus pada pembuatan konten digital secara profesional.

Dari sisi manajemen keuangan, siswa juga menghadapi kesulitan dalam melakukan pencatatan arus kas secara konsisten. Beberapa siswa mengaku jarang mencatat pengeluaran harian, sehingga sulit mengetahui apakah uang yang mereka gunakan lebih banyak untuk kebutuhan atau keinginan. Selain itu, kebiasaan konsumtif juga menjadi hambatan karena sebagian siswa mengaku sering menggunakan uang untuk hal-hal yang tidak direncanakan, seperti jajan berlebihan atau membeli barang yang sedang tren.

Namun demikian, melalui PKM ini siswa mendapat pemahaman lebih baik tentang risiko perilaku konsumtif dan pentingnya pencatatan keuangan. Dengan memberikan contoh sederhana dan simulasi laporan kas, siswa mulai memahami bagaimana uang dikelola secara benar dan terstruktur. Tantangan ini justru menunjukkan bahwa pelatihan digital marketing dan literasi keuangan perlu dilakukan secara berkelanjutan agar siswa semakin terbiasa dan semakin terampil.

4.3.3 Strategi Peningkatan Kompetensi Digital dan Finansial Siswa

Untuk meningkatkan kemampuan digital marketing dan manajemen keuangan, siswa perlu menerapkan strategi yang terarah dan berkelanjutan. Salah satu langkah

awal adalah menanamkan pola pikir kreatif dan disiplin. Dalam konteks digital marketing, siswa dapat mulai dengan membuat konten sederhana secara rutin dan mempublikasikannya melalui media sosial untuk melatih kemampuan desain, komunikasi visual, dan copywriting. Dengan latihan konsisten, siswa akan lebih terampil dalam membuat konten yang menarik dan sesuai dengan tren.

Dalam mengelola keuangan, siswa perlu membiasakan diri membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Mereka perlu membuat catatan pengeluaran sederhana serta menentukan anggaran harian atau mingguan. Dengan kebiasaan mencatat, siswa dapat mengetahui pola pengeluaran dan mengurangi kebiasaan konsumtif. Selain itu, siswa disarankan menyisihkan sebagian uang saku untuk tabungan agar memiliki dana cadangan untuk kebutuhan mendesak.

Sekolah juga dapat berperan penting dalam mendorong kemampuan tersebut melalui program tambahan seperti pelatihan desain grafis, kelas marketing digital, kegiatan ekstrakurikuler wirausaha, dan simulasi pengelolaan keuangan. Dengan strategi yang tepat, siswa tidak hanya memahami konsep digital marketing dan manajemen keuangan tetapi juga memiliki kemampuan praktis yang siap digunakan di dunia kerja maupun dalam kehidupan sehari-hari.

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) berjudul “Mewujudkan Siswa-Siswi yang Memiliki Kompetensi Guna Dapat Bersaing dalam Digital Marketing serta Terampil dalam Manajemen Keuangan di SMK PGRI 1 Kota Serang” telah terlaksana dengan baik dan memberikan hasil yang sangat positif. Program ini secara signifikan meningkatkan kompetensi siswa dalam bidang digital marketing, mulai dari pemahaman strategi pemasaran, pembuatan konten promosi, hingga penguasaan aplikasi desain untuk menciptakan visual yang menarik. Selain itu, pelatihan manajemen keuangan mampu memperkuat keterampilan siswa dalam pencatatan arus kas, pengelolaan pemasukan dan pengeluaran, serta penyusunan laporan keuangan sederhana. Metode pelatihan yang edukatif, partisipatif, dan aplikatif terbukti efektif karena menggabungkan teori dan praktik langsung, sehingga siswa lebih aktif dan mudah memahami materi. Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan dampak nyata bagi peningkatan kesiapan siswa menghadapi dunia kerja

dan dunia usaha, sekaligus menjadi referensi berharga bagi sekolah dalam mengembangkan program berkelanjutan terkait teknologi dan literasi finansial.

B. Saran

Agar hasil kegiatan PKM ini dapat terus memberikan dampak yang lebih luas dan berkelanjutan, sekolah disarankan untuk menyelenggarakan pelatihan digital marketing secara rutin guna memastikan kreativitas serta pemahaman siswa terhadap tren pemasaran digital terus berkembang. Pembelajaran manajemen keuangan juga perlu diintegrasikan ke dalam mata pelajaran maupun kegiatan ekstrakurikuler agar siswa semakin terbiasa melakukan pencatatan dan pengelolaan keuangan pribadi secara terstruktur. Selain itu, modul pelatihan yang telah disusun dapat dikembangkan lebih lanjut sebagai bahan ajar atau pedoman dalam pembelajaran berbasis proyek sehingga siswa memiliki kesempatan untuk mempraktikkan kemampuan mereka secara langsung. Fasilitas pendukung seperti ruang produksi konten atau laboratorium mini digital penting untuk diadakan agar keterampilan yang telah dipelajari dapat diterapkan secara optimal. Kerja sama antara perguruan tinggi dan sekolah juga perlu terus diperkuat melalui program pendampingan, pelatihan lanjutan, serta pengembangan kewirausahaan digital sehingga siswa memiliki ruang belajar berkelanjutan dan kesempatan mengembangkan kompetensi secara lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Bhikuning, D., Kusumawati, D., Ardhana, Y. M. K., Purwani, A. P., & Ayuki, K. (2025). Pengembangan Kompetensi Digital Marketing Berbasis Profil Pelajar Pancasila Di SMA N 1 Pajangan Bantul. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manggala*, 2(04), 395–403. <https://doi.org/10.62335>
- Herlina, E. (2022). Bentuk Dan Sifat Pengabdian Masyarakat Yang Diterapkan Oleh Perguruan Tinggi. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 122–130.
- Latif, Novitasari, S., Maryati, & Novriansyah, W. (2024). Pelatihan Pencatatan Keuangan Sederhana Dan Mengenalkan Financial Literacy Pada Peserta Didik Smkn 6 Kota Serang. *Indonesian Collaboration Journal of Community Services*, 4(4), 266–271. <https://doi.org/10.53067/icjcs.v4i4>

- Linda, Darmawati, L. E. S., & Dassucik. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Peserta Didik. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 11609–11615.
- Lubis, E. A., Napitupulu, E., & Nugrahadhi, E. W. (2020). Pengembangan Modul Berbasis Experiential Learning Pada Matakuliah Perencanaan Pembelajaran Akuntansi. *Jurnal Teknologi Informasi & Komunikasi Dalam Pendidikan*, 7(Desember), 146–156.
- Mudjiarto, & Afrianti, M. R. (2020). Efektivitas Online Promotion Mix Melalui Media Sosial Facebook Untuk Meningkatkan. *Jurnal Manajemen Oikonomia*, 16(1), 29–40.
- Nurdin Nurdin. (2023). Pengabdian Kepada Masyarakat: Dalam Konsep Dan Implementasi. *Faedah : Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(3), 01–15. <https://doi.org/10.59024/faedah.v1i3.211>
- Nuryati, L. (2016). Manajemen Pembelajaran Kewirausahaan Melalui Pendekatan Experiential Learning Di FPEB Universitas Pendidikan Indonesia. *Manajerial : Jurnal Manajemen Dan Sistem Informasi*, 15(1), 70–86.
- Resmi, S., Pahlevi, R. W., Kusumawati, I., & Prasetyo, D. (2023). Faktor Penentu Literasi Keuangan Siswa SMK Pusat Keunggulan di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Auditing*, 10(3), 1–14. <https://doi.org/10.55963/jraa.v10i3.587>
- Salmiah, N., Wiyati, R., & Suci, A. (2023). Literasi Keuangan Pasar Modal Bagi Siswa Smk Bina Profesi Pekanbaru. *Jurnal Keuangan Dan Akuntansi Terapan (KUAT)*, 5(2), 97–103.
- Sari, P. I., & Yanto, S. (2025). Peningkatan Kompetensi Digital Marketing Bagi Siswa SMK Negeri 9 Sebagai Bekal Kewirausahaan di Era Digital. *Jurnal Pengabdian Negeri*, 2(1), 78–87. <https://doi.org/10.69812/jpn.v2i1.92>
- Setiawan, A., Yarmanto, E. S., & Kustiawan, I. (2025). Digital maturity models and instruments for vocational high schools in Indonesia. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 14(3). <https://doi.org/10.21831/jpv.v14i3.72957>
- Wijaya, E., & Dewanti, A. P. A. (2023). Pemasaran Produk Kembang Tahu Menggunakan Marketing Mix. *Jurnal Dehasen Mengabdi*, 2(2), 183–188.