



SOSIALISASI LITERASI KEUANGAN DAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL BAGI SISWA SMA NEGERI 5 PENAJAM PASER UTARA DALAM MENDUKUNG EKONOMI LOKAL

Ananda Fadhilah Willyasty Nur Aisyah^{1*} & Dewi²

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Balikpapan, Jalan Pupuk Raya, Balikpapan, Kalimantan Timur 76114, Indonesia

²Program Studi Pendidikan Matematika, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Balikpapan, Jalan Pupuk Raya, Balikpapan, Kalimantan Timur 76114, Indonesia

*Email: anandafdlh17@gmail.com

Submit: 28-02-2026; Revised: 07-03-2026; Accepted: 10-03-2026; Published: 23-04-2026

ABSTRAK: Perkembangan teknologi digital menuntut generasi muda memiliki kemampuan literasi yang memadai. Namun, hasil observasi di SMA Negeri 5 Penajam Paser Utara menunjukkan bahwa literasi keuangan siswa masih rendah dan pemanfaatan media sosial belum produktif. Siswa belum terbiasa melakukan pencatatan keuangan sederhana, belum mampu membedakan kebutuhan dan keinginan secara konsisten, serta cenderung menggunakan media sosial hanya sebagai sarana hiburan. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman siswa mengenai pengelolaan keuangan sejak dini, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana produktif melalui konsep *digital marketing*. Metode yang digunakan adalah sosialisasi edukatif yang dikombinasikan dengan diskusi interaktif serta simulasi strategi *Segmenting, Targeting, Positioning* (STP) dalam pemasaran digital, siswa dibimbing untuk memahami pentingnya literasi finansial dan pengelolaan keuangan pribadi. Berdasarkan hasil evaluasi, kegiatan ini berhasil meningkatkan pemahaman siswa tentang *digital marketing* dan pengelolaan keuangan, serta membekali mereka dengan pengetahuan dasar dalam memanfaatkan *platform* keuangan digital dan penggunaan sosial media secara efektif dan bijaksana.

Kata Kunci: *Digital Marketing*, Literasi Digital, Literasi Keuangan, Siswa SMA, STP.

ABSTRACT: The development of digital technology demands that the younger generation possess adequate literacy skills. However, observations at SMA Negeri 5 Penajam Paser Utara indicate that students' financial literacy remains low, and their use of social media is not yet productive. Students are not yet accustomed to simple financial record-keeping, are unable to consistently differentiate between needs and wants, and tend to use social media primarily for entertainment. This community service activity aims to improve students' understanding of financial management from an early age and the use of social media as a productive tool through the concept of digital marketing. The method used is educational outreach combined with interactive discussions and simulations of *Segmenting, Targeting, and Positioning* (STP) strategies in digital marketing. Students are guided to understand the importance of financial literacy and personal financial management. Based on the evaluation results, this activity successfully improved students' understanding of digital marketing and financial management, as well as equipped them with basic knowledge in utilizing digital financial platforms and social media effectively and wisely.

Keywords: *Digital Marketing, Digital Literacy, Financial Literacy, High School Students, STP.*

How to Cite: Aisyah, A. F. W. N., & Dewi, D. (2026). Sosialisasi Literasi Keuangan dan Strategi Pemasaran Digital bagi Siswa SMA Negeri 5 Penajam Paser Utara dalam Mendukung Ekonomi Lokal. *Nuras : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 699-707. <https://doi.org/10.36312/nuras.v6i2.1172>



Nuras : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat is Licensed Under a CC BY-SA [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Uniform Resource Locator: <https://e-journal.lp3kamandanu.com/index.php/nuras>



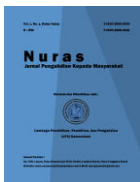
PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dalam beberapa tahun terakhir telah membawa perubahan signifikan dalam bidang pendidikan, ekonomi, dan kewirausahaan. Generasi muda merupakan kelompok yang paling cepat beradaptasi dengan perkembangan teknologi, khususnya dalam penggunaan media sosial dan perangkat digital. Namun demikian, literasi digital tidak hanya terbatas pada kemampuan teknis menggunakan teknologi, melainkan juga mencakup kemampuan memahami, mengevaluasi, dan memanfaatkan teknologi secara produktif dan bertanggung jawab (Setiadi *et al.*, 2023). Penguatan literasi digital menjadi kebutuhan mendesak agar generasi muda mampu mengoptimalkan teknologi sebagai sarana pengembangan kompetensi dan peluang ekonomi (Sari *et al.*, 2024).

Sejalan dengan perkembangan digital tersebut, literasi finansial juga menjadi kompetensi esensial yang perlu ditanamkan sejak usia sekolah menengah. Literasi finansial berperan dalam membentuk kemampuan individu dalam mengelola pendapatan, mengontrol pengeluaran, serta membuat keputusan ekonomi yang rasional dan terencana (Haryono *et al.*, 2022). Literasi keuangan adalah kemampuan seseorang dalam memahami bagaimana cara mengelola keuangan secara bijaksana, termasuk dalam mengambil keputusan ekonomi yang tepat dan efektif (Putranti & Tabun, 2024). Program literasi finansial yang terstruktur terbukti mampu meningkatkan pengetahuan serta membentuk perilaku keuangan yang lebih bertanggung jawab pada generasi muda (Mancone *et al.*, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa integrasi literasi digital dan finansial menjadi fondasi penting dalam membentuk generasi yang mandiri secara ekonomi.

Pemanfaatan teknologi digital dalam konteks kewirausahaan membuka peluang baru bagi generasi muda untuk mengembangkan potensi ekonomi sejak dini. *Digital marketing* melalui media sosial seperti *Instagram*, *TikTok*, dan *WhatsApp Business* memungkinkan promosi produk dilakukan secara luas dengan biaya yang relatif rendah. Strategi pemasaran yang efektif memerlukan pemahaman terhadap konsep *Segmenting*, *Targeting*, dan *Positioning* (STP) agar promosi dapat dilakukan secara tepat sasaran (Lu'lu'Innida *et al.*, 2024). Penerapan strategi *digital marketing* yang terencana juga dapat meningkatkan visibilitas dan daya tarik suatu entitas secara signifikan (Bungai *et al.*, 2024). Literasi kewirausahaan yang didukung oleh literasi digital juga terbukti berpengaruh terhadap minat berwirausaha generasi muda (Setiawati *et al.*, 2022). Oleh karena itu, pembekalan strategi pemasaran digital sejak jenjang sekolah menengah menjadi langkah strategis dalam membangun kemandirian ekonomi siswa.

Desa Girimukti yang terletak di Kecamatan Penajam, Kabupaten Penajam Paser Utara, merupakan wilayah yang memiliki potensi pengembangan sumber daya manusia yang besar. Sebagai bagian dari kawasan yang terus berkembang, penguatan kualitas pendidikan menjadi aspek penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal yang berkelanjutan. Dalam konteks tersebut, SMA Negeri 5 Penajam Paser Utara sebagai salah satu institusi pendidikan di wilayah Desa Girimukti memiliki peran strategis dalam membentuk generasi muda yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan tantangan ekonomi. Penguatan literasi digital dan finansial di lingkungan sekolah menjadi bagian dari upaya



peningkatan kualitas pendidikan berbasis kebutuhan zaman (Sari *et al.*, 2024). Oleh karena itu, kolaborasi antara sekolah, pemerintah daerah, dan masyarakat sangat diperlukan untuk menciptakan ekosistem pendidikan yang mendukung peningkatan kompetensi siswa secara menyeluruh.

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan di SMA Negeri 5 Penajam Paser Utara, ditemukan beberapa permasalahan utama yang berkaitan dengan literasi finansial dan pemanfaatan teknologi digital. Pertama, siswa belum memiliki kebiasaan mencatat pengeluaran dan belum mampu membedakan secara konsisten antara kebutuhan dan keinginan, sehingga pengelolaan uang saku masih bersifat konsumtif. Kedua, penggunaan media sosial lebih dominan untuk hiburan dibandingkan sebagai sarana produktif dalam kegiatan pemasaran atau pengembangan usaha. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi generasi digital dengan kemampuan literasi finansial dan kewirausahaan yang dimiliki, sebagaimana ditegaskan bahwa literasi digital dan finansial berperan penting dalam membentuk perilaku ekonomi remaja (Anggraini *et al.*, 2024).

Kegiatan ini dirancang dalam bentuk program “Generasi Cakap Digital dan Cerdas Finansial Menuju Ekonomi Lokal Berdaya” yang dilaksanakan di SMA Negeri 5 Penajam Paser Utara. Program ini mengintegrasikan pelatihan literasi keuangan berbasis teknologi dan *workshop* strategi *digital marketing* melalui pendekatan partisipatif dan aplikatif. Materi yang diberikan meliputi pengelolaan uang saku, pencatatan keuangan sederhana menggunakan *Microsoft Excel* atau *Google Sheet*, konsep STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*), *branding* produk, serta praktik pembuatan konten promosi melalui media sosial. Integrasi literasi finansial dan digital ini meningkatkan kesiapan ekonomi siswa serta mendorong tumbuhnya minat kewirausahaan berbasis digital (Mancone *et al.*, 2024; Setiawati *et al.*, 2022).

Program ini dilatarbelakangi oleh adanya kesenjangan antara tingginya intensitas penggunaan teknologi digital di kalangan siswa sebagai bagian dari generasi *digital native* dengan masih rendahnya kemampuan literasi finansial, khususnya dalam pengelolaan uang, perencanaan keuangan, dan pemanfaatan teknologi untuk aktivitas produktif. Banyak siswa telah terbiasa menggunakan media sosial dan *platform digital*, namun penggunaannya masih didominasi untuk konsumsi hiburan, belum diarahkan secara optimal untuk kegiatan yang bernilai ekonomi dan kewirausahaan. Hal ini berpotensi menimbulkan pola perilaku konsumtif sejak usia dini yang dapat berdampak pada kurangnya kesiapan finansial di masa depan. Oleh karena itu, diperlukan upaya sistematis melalui pendidikan yang mengintegrasikan literasi finansial dengan pemanfaatan teknologi digital.

Keterampilan praktis seperti pencatatan keuangan sederhana dan pemahaman strategi pemasaran digital juga masih terbatas, sehingga potensi siswa dalam menghadapi tantangan ekonomi di era digital belum berkembang secara maksimal. Oleh karena itu, kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mengenai pentingnya pengelolaan keuangan sejak dini, serta memperkenalkan strategi *digital marketing* sebagai sarana produktif dalam pemanfaatan media sosial. Melalui rangkaian kegiatan tersebut, siswa SMA Negeri 5 Penajam Paser Utara menjadi generasi yang cakap digital dan cerdas finansial dalam mendukung penguatan ekonomi lokal Desa Girimukti.

METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah sosialisasi edukatif yang dilaksanakan secara langsung di SMA Negeri 5 Penajam Paser Utara. Sosialisasi merupakan proses interaksi yang memungkinkan individu memahami dan menginternalisasi pengetahuan serta nilai-nilai baru melalui kegiatan penyampaian materi dan diskusi (Jusar *et al.*, 2023; Nurlan *et al.*, 2023). Dalam konteks pendidikan, sekolah menjadi salah satu agen sosialisasi yang berperan dalam membentuk pola pikir, sikap, dan keterampilan siswa, termasuk dalam aspek literasi finansial dan literasi digital (Sari *et al.*, 2024).

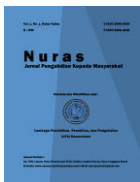
Kegiatan sosialisasi ini dilaksanakan di SMA Negeri 5 Penajam Paser Utara, Desa Girimukti, Kecamatan Penajam, Kabupaten Penajam Paser Utara. Sasaran kegiatan adalah siswa tingkat SMA yang aktif menggunakan media sosial serta mulai memiliki tanggung jawab dalam pengelolaan uang saku. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui penyampaian materi dan diskusi interaktif. Sosialisasi ini dilaksanakan dalam beberapa tahapan kegiatan, yaitu perencanaan, pelaksanaan, monitoring dan evaluasi, serta penyusunan laporan akhir.

Tabel 1. Rangkaian Kegiatan.

No.	Nama Kegiatan	Minggu 1	Minggu 2	Minggu 3	Minggu 4
1	Perencanaan dan persiapan materi	✓			
2	Pelaksanaan sosialisasi dan praktik		✓		
3	Monitoring dan evaluasi			✓	
4	Penulisan artikel jurnal dan laporan				✓

Pada tahap perencanaan dilakukan observasi awal untuk mengidentifikasi permasalahan siswa. Berdasarkan hasil observasi ditemukan bahwa sebagian siswa mengalami kesulitan dalam mengelola uang saku, belum terbiasa mencatat pengeluaran harian, serta belum mampu membedakan kebutuhan dan keinginan secara konsisten. Penggunaan media sosial seperti *Instagram* dan *TikTok* masih didominasi untuk hiburan, belum dimanfaatkan sebagai sarana produktif untuk kegiatan pemasaran atau pengembangan usaha. Siswa juga menunjukkan minat terhadap tren digital, namun belum diarahkan untuk mendukung literasi keuangan.

Tahap pelaksanaan dilakukan melalui penyampaian materi literasi keuangan dan *digital marketing*. Pada sesi literasi keuangan, siswa diberikan pemahaman mengenai pengelolaan uang saku, pentingnya menabung, dampak perilaku konsumtif seperti FOMO (*Fear of Missing Out*), pencatatan arus kas sederhana, serta simulasi perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) dan penentuan harga jual produk. Siswa melakukan praktik pencatatan menggunakan *Microsoft Excel* atau *Google Sheet* agar mampu mengaplikasikan konsep keuangan secara langsung. Pada sesi *digital marketing*, siswa diberikan materi mengenai pengertian *digital marketing*, pemanfaatan media sosial seperti *Instagram*, *TikTok*, dan *WhatsApp Business*, serta konsep *Segmenting*, *Targeting*, dan *Positioning* (STP). Siswa diminta melakukan simulasi penentuan segmentasi pasar dan menyusun konsep promosi sederhana sesuai target pasar yang dipilih. Pendekatan praktik ini dilakukan agar siswa memahami penerapan strategi pemasaran digital secara lebih konkret (Bungai *et al.*, 2024; Lu'lu'Innida *et al.*, 2024).



Tahap monitoring dan evaluasi dilakukan melalui pengamatan partisipasi siswa selama kegiatan berlangsung, serta penilaian terhadap hasil praktik yang telah dikerjakan. Evaluasi bertujuan untuk mengetahui tingkat pemahaman siswa terhadap materi literasi finansial dan digital, mengingat kedua aspek tersebut memiliki hubungan erat dengan kemampuan pengelolaan keuangan dan minat kewirausahaan generasi muda (Anggraini *et al.*, 2024; Setiawati *et al.*, 2022).

Indikator keberhasilan kegiatan meliputi: 1) adanya peningkatan pemahaman siswa mengenai literasi keuangan yang ditunjukkan melalui hasil *pretest* dan *posttest*; 2) peningkatan kemampuan siswa dalam menerapkan strategi *digital marketing* sederhana, seperti pembuatan konten promosi; 3) keaktifan dan partisipasi siswa selama kegiatan berlangsung; dan 4) kualitas hasil praktik yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan.

HASIL DAN DISKUSI

Hasil

Kegiatan ini dilaksanakan sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman siswa mengenai pentingnya pengelolaan keuangan sejak dini, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana produktif dalam strategi pemasaran digital. Kegiatan dilaksanakan secara langsung di dalam kelas dengan metode penyampaian materi dan diskusi interaktif. Pada tahap awal kegiatan, dilakukan pemaparan mengenai kondisi umum remaja dalam pengelolaan keuangan, seperti uang saku yang habis sebelum akhir bulan, kesulitan menabung karena tidak memiliki tujuan finansial, perilaku konsumtif akibat *Fear of Missing Out* (FOMO), serta kebiasaan tidak mencatat pengeluaran harian. Pemaparan ini bertujuan untuk membangun kesadaran siswa terhadap pentingnya manajemen keuangan pribadi.

Selanjutnya, pada sesi literasi keuangan, siswa diberikan materi mengenai perbedaan kebutuhan dan keinginan, pentingnya menetapkan tujuan menabung, serta pengelolaan pemasukan dan pengeluaran secara sederhana. Siswa kemudian melakukan praktik pencatatan keuangan menggunakan *Microsoft Excel* atau *Google Sheet* untuk mensimulasikan pengelolaan uang saku bulanan. Dalam praktik tersebut, siswa diminta mencatat pemasukan dan pengeluaran uang saku selama 1 minggu.

Pada sesi *digital marketing*, siswa diberikan pemahaman mengenai pengertian *digital marketing* serta peluang yang dapat dimanfaatkan remaja melalui media sosial. Platform yang diperkenalkan meliputi *Instagram*, *TikTok*, dan *WhatsApp Business* sebagai media promosi yang mudah diakses oleh siswa. Materi dilanjutkan dengan penjelasan konsep *Segmenting, Targeting, Positioning* (STP), di mana siswa diajak untuk memahami cara menentukan pasar sasaran dan membangun citra produk sesuai karakteristik target konsumen. Siswa kemudian melakukan simulasi sederhana dengan menentukan segmentasi pasar, dan memilih target konsumen.

Selama kegiatan berlangsung, siswa menunjukkan antusiasme yang tinggi, aktif dalam diskusi, serta berpartisipasi dalam praktik yang diberikan. Beberapa siswa bahkan menyampaikan ketertarikan untuk mencoba menerapkan pencatatan keuangan harian dan membuat konten promosi sederhana untuk produk yang

mereka miliki atau ide usaha yang ingin dikembangkan. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan sosialisasi yang dikombinasikan dengan praktik langsung memberikan dampak positif terhadap pemahaman siswa. Melalui integrasi literasi finansial dan literasi digital, kegiatan ini mampu membentuk pola pikir siswa yang lebih bijak dalam mengelola keuangan serta lebih produktif dalam memanfaatkan media sosial. Dengan demikian, kegiatan ini memberikan kontribusi nyata dalam mendukung pembentukan generasi cakap digital dan cerdas finansial di Desa Girimukti.



Gambar 1. Pemberian Materi Pengantar Mengenai Literasi Pemasaran Digital dan Literasi Finansial kepada Siswa SMA Negeri 5 Penajam Paser Utara.

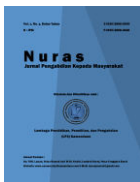


Gambar 2. Penyampaian Materi Literasi Keuangan dan *Digital Marketing* kepada Siswa SMA Negeri 5 Penajam Paser Utara.

Diskusi

Bidang Manajemen (Digital Marketing)

Pada bidang manajemen, kegiatan difokuskan pada pemahaman konsep *digital marketing* dan penerapan strategi *Segmenting, Targeting, Positioning* (STP) dalam pemasaran produk sederhana. Sebelum kegiatan berlangsung, sebagian besar siswa memanfaatkan media sosial hanya sebagai sarana hiburan dan komunikasi. Setelah diberikan materi, siswa mulai memahami bahwa media sosial dapat menjadi alat promosi yang efektif apabila digunakan secara strategis. Melalui simulasi STP, siswa mampu menentukan segmentasi pasar berdasarkan usia, minat, dan gaya hidup, memilih target konsumen yang sesuai, serta merancang *positioning* produk agar memiliki daya tarik yang berbeda.



Siswa juga menyusun konsep konten promosi sederhana yang menampilkan keunggulan produk dan menyesuaikan dengan karakteristik target pasar. Target luaran pada bidang ini adalah minimal 70% peningkatan pemahaman siswa terhadap konsep *digital marketing* dan kemampuan menyusun strategi promosi sederhana. Berdasarkan hasil monitoring dan evaluasi, target tersebut tercapai sesuai dengan indikator yang ditetapkan.

Bidang Pendidikan Matematika (Literasi Finansial)

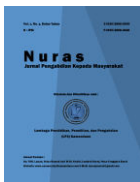
Berdasarkan hasil kegiatan pada bidang literasi keuangan, terlihat adanya peningkatan yang signifikan, tidak hanya pada pemahaman kognitif siswa, tetapi juga pada perubahan sikap dan perilaku dalam mengelola uang saku. Sebelum kegiatan dilaksanakan, sebagian besar siswa belum memiliki kebiasaan mencatat pengeluaran dan cenderung menggunakan uang saku secara impulsif tanpa perencanaan yang jelas. Setelah diberikan materi dan praktik langsung, siswa mulai menunjukkan kesadaran yang lebih tinggi dalam membedakan antara kebutuhan dan keinginan, serta mulai menetapkan prioritas keuangan dan tujuan menabung.

Dampak lain yang teramati adalah munculnya sikap lebih disiplin dan tanggung jawab dalam pengelolaan keuangan pribadi. Melalui tugas evaluasi berupa pencatatan uang saku selama satu minggu menggunakan *Microsoft Excel* atau *Google Sheet*, siswa tidak hanya memahami alur pemasukan dan pengeluaran secara sistematis, tetapi juga mulai memanfaatkan teknologi digital secara lebih produktif. Beberapa siswa bahkan menunjukkan inisiatif untuk mengevaluasi pola pengeluaran mereka dan mengurangi pengeluaran yang tidak perlu. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan literasi keuangan tidak hanya meningkatkan pengetahuan, tetapi juga membentuk kebiasaan finansial yang lebih bijak serta mendorong pemanfaatan media digital untuk kegiatan yang mendukung pengembangan diri.

SIMPULAN

Kegiatan sosialisasi literasi keuangan dan *digital marketing* yang dilaksanakan di SMA Negeri 5 Penajam Paser Utara memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman dan sikap siswa dalam mengelola keuangan serta memanfaatkan media sosial secara lebih produktif. Melalui penyampaian materi yang dikombinasikan dengan praktik langsung, siswa tidak hanya memperoleh pengetahuan mengenai pengelolaan uang saku, pencatatan keuangan sederhana, dan perbedaan antara kebutuhan dan keinginan, tetapi juga mulai menyadari pentingnya perencanaan keuangan sejak dini.

Pemahaman siswa mengenai pemanfaatan media sosial mengalami perubahan, dari yang sebelumnya lebih dominan digunakan sebagai sarana hiburan menjadi media yang berpotensi dimanfaatkan untuk kegiatan pemasaran dan pengembangan usaha sederhana melalui strategi *digital marketing*. Penerapan konsep *Segmenting, Targeting, Positioning* (STP), serta praktik penyusunan konten promosi sederhana membantu siswa memahami bagaimana strategi pemasaran dapat diterapkan secara nyata. Kegiatan ini berkontribusi dalam membentuk pola pikir siswa yang lebih bijak dalam mengelola keuangan serta lebih kreatif dan produktif dalam memanfaatkan teknologi digital, sehingga mendukung terciptanya generasi muda yang cakap digital dan cerdas finansial.



SARAN

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan, beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

Bagi Pihak Sekolah

Disarankan untuk terus mengintegrasikan materi literasi keuangan dan literasi digital dalam kegiatan pembelajaran maupun program ekstrakurikuler. Hal ini penting agar siswa dapat mengembangkan kemampuan pengelolaan keuangan serta pemanfaatan teknologi digital secara lebih produktif dan berkelanjutan.

Bagi Siswa

Diharapkan dapat menerapkan pengetahuan yang telah diperoleh selama kegiatan sosialisasi, khususnya dalam membiasakan pencatatan pengeluaran harian, mengelola uang saku secara lebih bijak, serta memanfaatkan media sosial tidak hanya sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media yang mendukung kreativitas dan peluang kewirausahaan digital.

Bagi Pelaksana Kegiatan Pengabdian Selanjutnya

Disarankan untuk mengembangkan program serupa dengan metode yang lebih variatif, seperti pelatihan pembuatan konten digital, praktik kewirausahaan sederhana, atau pendampingan usaha siswa secara berkelanjutan, sehingga dampak kegiatan dapat dirasakan secara lebih optimal.

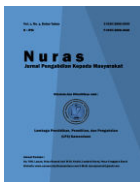
UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dan mendukung terlaksananya kegiatan pengabdian ini. Terima kasih secara khusus disampaikan kepada pihak SMA Negeri 5 Penajam Paser Utara yang telah memberikan izin serta fasilitas dalam pelaksanaan kegiatan sosialisasi literasi *digital marketing* dan finansial dasar. Tim juga menyampaikan apresiasi kepada para siswa yang telah berpartisipasi secara aktif dan antusias selama kegiatan berlangsung. Partisipasi dan keterbukaan siswa dalam mengikuti sesi diskusi serta praktik menjadi faktor penting dalam keberhasilan program ini.

Terima kasih turut disampaikan kepada dosen pembimbing lapangan dan Universitas Balikpapan yang telah memberikan arahan, dukungan, serta kesempatan kepada tim untuk melaksanakan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat. Semoga kerja sama dan kolaborasi yang telah terjalin ini dapat terus berlanjut dan memberikan manfaat yang lebih luas dalam mendukung peningkatan literasi finansial dan literasi digital generasi muda di Desa Girimukti.

REFERENSI

- Anggraini, A. S. N., Prastyaningtyas, E. W., & Irmayanti, E. (2024). The Influence of Digital Literacy, Financial Literacy, and Economic Literacy on Adolescent Financial Management in Sumberejo Village. *International Journal of Research and Review*, 11(5), 361-371. <https://doi.org/10.52403/ijrr.20240542>
- Bungai, J., Setiawan, H., Putra, F. A., Sakti, B. P., & Sukoco, H. (2024). Digital Marketing Strategy in Education Management: Increasing School Visibility



- and Attractiveness. *Al-Fikrah: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 12(1), 110-122. <https://doi.org/10.31958/jaf.v12i1.12318>
- Haryono, A., Handayani, S., Satrio, Y. D., Munir, S., & Narmaditya, B. S. (2022). Economic Learning Education and Financial Literacy among Indonesian Students. *Pegem Journal of Education and Instruction*, 12(3), 106-110. <https://doi.org/10.47750/pegegog.12.03.12>
- Jusar, I. R., Jamaris, J., & Solfema, S. (2023). Pendidikan dalam Teori Proses Sosialisasi di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 7(1), 276-287. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v7i1.4354>
- Lu'lu'Innida, L., Aisyi, N. R., Limaran, K., Widiastuti, R. A., & Suryono, S. (2024). Pengenalan *Segmenting, Targeting, Positioning* (STP) dan Penerapan *Digital Marketing* sebagai Strategi Pemasaran Produk Lokal Jahe Instan Desa Banjarsari. *Jurnal Bina Desa*, 6(2), 198-204. <https://doi.org/10.15294/jbd.v6i2.46904>
- Mancone, S., Tosti, B., Corrado, S., Spica, G., Zanon, A., & Diotaiuti, P. (2024). Youth, Money, and Behavior: The Impact of financial Literacy Programs. *Front. Educ.*, 9, 1397060. <https://doi.org/10.3389/educ.2024.1397060>
- Nurlan, N., Fitriadi, I., Safnowandi, S., Lukitasari, D., & Suadi, T. (2023). Sosialisasi Perilaku Hidup Bersih dan Sehat serta Pemahaman Deteksi Dini Gejala Coronavirus Disease 2019 (Covid-19). *Nuras : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 72-78. <https://doi.org/10.36312/nuras.v3i2.184>
- Putranti, L., & Tabun, P. S. (2024). Financial Knowledge, Financial Attitude, Self-Efficacy, Mathematical Anxiety and Financial Literacy. *Bisman (Bisnis dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, 7(3), 526-536. <https://doi.org/10.36815/bisman.v7i3.3501>
- Sari, G. I., Winasis, S., Pratiwi, I., & Nuryanto, U. W. (2024). Strengthening Digital Literacy in Indonesia: Collaboration, Innovation, and Sustainability Education. *Social Sciences & Humanities Open*, 10, 101100. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2024.101100>
- Setiadi, D., Nurhayati, S., Ansori, A., Zubaidi, M., & Amir, R. (2023). Youth's Digital Literacy in the Context of Community Empowerment in an Emerging Society 5.0. *Society*, 11(1), 1-12. <https://doi.org/10.33019/society.v11i1.491>
- Setiawati, R., Adriani, Z., & Wediawati, B. (2022). Entrepreneurial Interest in Startup Business Based on Entrepreneurial Literacy and Digital Literacy. *Jurnal Perspektif Pembiayaan dan Pembangunan Daerah*, 10(4), 235-250. <https://doi.org/10.22437/ppd.v10i4.18819>