p-ISSN: 2963-7856| e-ISSN: 2961-9890
Available online at jerkin.org/index.php/jerkin
Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan
Volume 5 No 2, Oktober-Desember 2026, pp 5669-5673

Edukasi Ekonomi Digital dalam Penguatan Literasi Keuangan dan Kewirausahaan Siswa SMKN 1 Pangkajene dan Kepulauan

Sahade[1], Pahrul[2], Agung Muliaman Anas[3], Basri Bado[4], Khairun Nisa SH[5]
[1,2,3,4,5] Universitas Negeri Makassar, Indonesia.
E-mail: sahade@unm.ac.id
*Corresponding Author
https://doi.org/10.31004/jerkin.v5i1.8049

ARTICLE INFO

Article history:
Received: 17 Nov 2026
Revised: 19 Nov 2026
Accepted: 24 Nov 2026

Kata Kunci:
edukasi ekonomi digital, literasi keuangan, kewirausahaan, e-commerce, sekolah menengah kejuruan

Keywords
digital economy education, financial literacy, entrepreneurship, e-commerce, vocational high school

ABSTRACT

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk menguatkan literasi keuangan dan keterampilan kewirausahaan digital bagi siswa SMKN 1 Pangkajene dan Kepulauan berbasis perspektif edukasi ekonomi digital. Pelaksanaan program menggunakan metode Participatory Action Research yang mencakup lima tahapan utama: sosialisasi program, pelatihan literasi keuangan digital, pelatihan kewirausahaan dan e-commerce, penerapan teknologi aplikasi pencatatan kas, serta pendampingan dan evaluasi. Sebanyak 35 siswa dipilih sebagai mitra sasaran dalam program ini. Hasil pengabdian menunjukkan adanya peningkatan pemahaman siswa dalam pengelolaan keuangan pribadi dan penyusunan anggaran modal usaha dari semula 30% menjadi 90%. Selain itu, sebanyak 88% siswa berhasil mengadopsi aplikasi keuangan digital Buku Warung secara mandiri, dan 75% siswa berhasil membangun serta mengelola toko online pada media sosial bisnis dan platform e-commerce. Program edukasi ini terbukti efektif membentuk generasi muda vokasi yang adaptif, terampil mengelola finansial, dan siap berwirausaha di era digital.

This community service program aims to strengthen financial literacy and digital entrepreneurship skills for students of SMKN 1 Pangkajene dan Kepulauan based on a digital economy education perspective. Program implementation utilized the Participatory Action Research method encompassing five main stages: program socialization, digital financial literacy training, entrepreneurship and e-commerce training, technology application of cash recording apps, and mentoring with evaluation. A total of 35 students participated as target partners. The results showed an increase in students' understanding of personal financial management and business capital budgeting from 30% to 90%. Furthermore, 88% of students successfully adopted the Buku Warung digital financial application independently, and 75% created and managed digital stores on business social media and e-commerce platforms. This educational program effectively empowers vocational youth to adapt, manage finances, and engage in digital entrepreneurship.

This is an open access article under the CC–BY-SA license.

How to Cite: Sahade et al. (2026), Edukasi Ekonomi Digital dalam Penguatan Literasi Keuangan dan Kewirausahaan Siswa SMKN 1 Pangkajene dan Kepulauan . 5(2).https://doi.org/10.31004/jerkin.v5i2.8049

PENDAHULUAN

Literasi keuangan dan kewirausahaan merupakan dua instrumen fundamental dalam mempersiapkan generasi muda Indonesia menghadapi dinamika ekonomi era digital yang semakin kompleks. Berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), indeks literasi keuangan nasional berada pada angka 38,03%, yang menandakan bahwa sebagian besar masyarakat, termasuk generasi muda pendidik vokasi, belum memiliki pemahaman yang memadai terkait perencanaan keuangan pribadi, investasi, maupun penganggaran kas usaha (Suprihatin et al., 2024). Di sisi lain, persentase rasio wirausaha di Indonesia baru mencapai kisaran 3,47% dari total populasi, suatu angka yang tergolong rendah dibandingkan negara-negara tetangga di kawasan Asia Tenggara (Angraini et al., 2024).

Kondisi riil pada sekolah kejuruan, khususnya di SMKN 1 Pangkajene dan Kepulauan (SMKN 1 Pangkep), menunjukkan tantangan serupa. Berdasarkan survei pendahuluan yang dilakukan pada awal tahun 2024, sebanyak 70% siswa mengaku mengalami kesulitan mendasar dalam mengelola keuangan pribadi dan tidak memiliki tabungan jangka panjang (Sahade et al., 2021). Selain itu, sebanyak 85% siswa belum pernah mengoptimalkan penggunaan media sosial maupun platform e-commerce untuk memasarkan produk atau jasa secara komersial, meskipun 100% dari mereka telah memiliki perangkat smartphone dan akses internet aktif (Sahade & Amsa, 2020). Hambatan ini diperparah oleh ketiadaan pemahaman mengenai penggunaan aplikasi finansial digital, sehingga pengelolaan modal usaha siswa masih dilakukan secara konvensional dan berisiko mengalami kerugian (Mahmuddin et al., 2025).

Potensi pasar digital Indonesia yang mencapai lebih dari 200 juta pengguna internet dengan tingkat adopsi transaksi e-commerce yang tinggi seharusnya dapat dimanfaatkan oleh siswa SMK sebagai batu loncatan berwirausaha (Rahmatullah et al., 2020; Halim & Mahmuddin, 2025). Pemanfaatan teknologi edukasi digital terbukti mampu meningkatkan efektivitas pembelajaran ekonomi serta mendorong motivasi siswa dalam merintis bisnis mandiri (Halim et al., 2024; Pahrul & Ismail, 2025). Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk menguatkan literasi keuangan dan jiwa kewirausahaan siswa SMKN 1 Pangkajene dan Kepulauan melalui kerangka perspektif edukasi ekonomi digital yang aplikatif, terstruktur, dan berkelanjutan.

Perspektif edukasi ekonomi digital bertumpu pada integrasi antara teknologi informasi dengan konsep dasar pengelolaan ekonomi. Model *Digital Financial Literacy Learning* menyatukan dua aspek krusial: pemahaman manajerial keuangan (financial management) dan pemanfaatan saluran distribusi digital (*digital marketing*) (Rahmatullah et al., 2020). Dalam konteks pendidikan vokasi (SMK), pembelajaran interaktif yang memanfaatkan media internet dan aplikasi seluler terbukti secara signifikan meningkatkan motivasi serta hasil belajar siswa dalam mata pelajaran akuntansi dan kewirausahaan (Sahade et al., 2021; Sahade & Amsa, 2020).

Pencatatan keuangan modern berbasis aplikasi seluler seperti Buku Warung atau aplikasi akuntansi UMKM mempermudah pengusaha pemula dalam mencatat transaksi harian, menghitung Harga Pokok Penjualan (HPP), serta memisahkan kas pribadi dari kas bisnis secara transparan (Mahmuddin et al., 2025). Sementara itu, keberadaan platform media sosial bisnis (Instagram Business, TikTok Business) dan *marketplace* (Shopee, Tokopedia) menjadi saluran promosi efisien yang meruntuhkan batasan geografis pemasaran produk siswa (Halim & Mahmuddin, 2025; Azzahra & Sabilla, 2024). Pengintegrasian kedua instrumen teknologi ini membentuk fondasi yang kokoh dalam membangun ekosistem kewirausahaan siswa yang tangguh dan relevan dengan kebutuhan industri masa kini (Kurniawan et al., 2025; Pahrul et al., 2015).

METODE

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di SMKN 1 Pangkajene dan Kepulauan yang berlokasi di Jalan Sambung Jawa, Kecamatan Bungoro, Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan, Sulawesi Selatan. Mitra sasaran program terdiri dari 35 orang siswa aktif dari kelompok siswa terpilih yang memiliki minat berwirausaha. Kegiatan dilaksanakan secara terstruktur menggunakan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) dengan pendekatan *learning by doing*.

Copyright © 2026, Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan
ISSN 2963-7856 (print), ISSN 2961-9890 (online)



Gambar 1. Diagram Alur Metode Pelaksanaan Program Edukasi Ekonomi Digital di SMKN 1 Pangkep
Tahapan pelaksanaan program

1. Sosialisasi Program & Rembug Mitra: Koordinasi awal bersama Kepala Sekolah, guru kewirausahaan, serta 35 siswa peserta program untuk memetakan kondisi awal literasi keuangan dan pemahaman *e-commerce*.
2. Pelatihan Literasi Keuangan Digital: Workshop interaktif penyusunan anggaran harian, manajemen risiko keuangan, perencanaan modal usaha, dan simulasi penganggaran kas berbasis skala prioritas.
3. Pelatihan Kewirausahaan & *E-Commerce*: Pelatihan identifikasi peluang bisnis, riset produk unggulan, pembuatan akun *marketplace* (Shopee/Tokopedia), dan penulisan deskripsi produk yang komunikatif.
4. Penerapan Teknologi Tepat Guna (TTG): Instalasi dan pelatihan langsung aplikasi pencatatan keuangan digital Buku Warung serta optimalisasi fitur Instagram Business dan TikTok Ads bagi usaha siswa.
5. Pendampingan & Evaluasi Berkala: Pendampingan langsung praktik transaksi bisnis online siswa, pemantauan pencatatan kas harian via grup WhatsApp, dan evaluasi dampak program secara terukur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

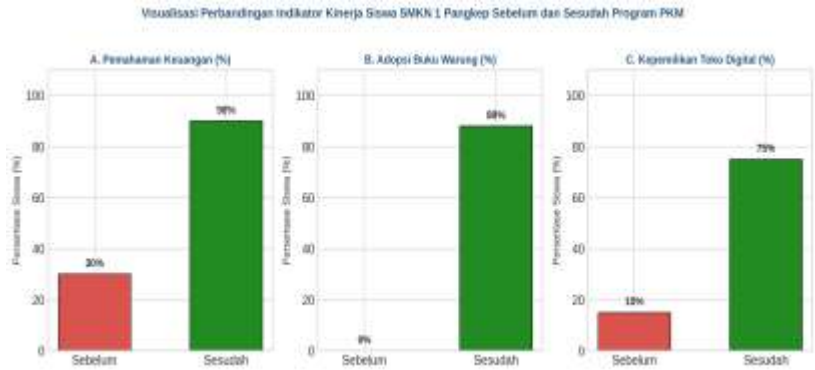
Hasil

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat di SMKN 1 Pangkajene dan Kepulauan berhasil merealisasikan seluruh target indikator keberhasilan secara optimal. Terjadi peningkatan signifikan pada pemahaman literasi keuangan, adopsi aplikasi pencatatan kas digital, serta pembentukan toko digital siswa. Perbandingan kondisi eksisting mitra sebelum dan setelah intervensi disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Perbandingan Kondisi Siswa Mitra Sebelum dan Setelah Pelaksanaan Program PKM

Aspek Pelatihan	Kondisi Sebelum Intervensi (Eksisting)	Kondisi Setelah Intervensi (Capaian Program)
Literasi Keuangan	70% siswa belum paham manajemen keuangan pribadi dan cara menghitung modal bisnis.	90% siswa mampu mengelola kas pribadi dan menyusun anggaran modal usaha secara presisi.
Pencatatan Keuangan Digital	0% siswa menggunakan aplikasi keuangan; pencatatan kas acak dan tidak terhitung.	88% siswa aktif menginput kas masuk-keluar harian menggunakan aplikasi Buku Warung.
Kewirausahaan Digital	85% siswa pasif di sosial media & tidak tahu cara menggunakan platform e-commerce.	75% siswa berhasil membuka toko digital di Shopee/Tokopedia & mengelola akun Instagram Bisnis.

Aspek Pelatihan	Kondisi Sebelum Intervensi (Eksisting)	Kondisi Setelah Intervensi (Capaian Program)
Pemasaran & Ads	Hanya 30% siswa yang mengenal promosi digital dasar; transaksi sebatas teman dekat.	Siswa terampil membuat konten visual produk, copywriting, serta simulasi iklan digital berbayar.



Gambar 2. Grafik Visualisasi Perbandingan Indikator Kinerja Siswa SMKN 1 Pangkep Sebelum dan Sesudah Program PKM

Pembahasan

Peningkatan kapasitas literasi keuangan siswa dari 30% menjadi 90% membuktikan efektivitas pendekatan *Digital Financial Literacy Learning Model*. Simulasi praktis yang dikombinasikan dengan kasus nyata kehidupan sehari-hari siswa vokasi membuat konsep anggaran, arus kas, dan HPP menjadi lebih mudah dipahami (Sahade et al., 2021). Kemampuan siswa dalam mengkalkulasi modal dan margin laba bersih mencegah terjadinya kebocoran kas dalam pengoperasian usaha rintisan mereka.

Adopsi aplikasi pencatatan keuangan Buku Warung oleh 88% peserta menunjukkan keterbukaan generasi z terhadap teknologi finansial praktis. Integrasi aplikasi seluler memberikan transparansi laporan keuangan yang dapat dipantau secara real-time oleh tim pendamping (Mahmuddin et al., 2025). Poin ini mengonfirmasi temuan Rahmatullah et al. (2020) bahwa efektivitas manajemen usaha sangat ditentukan oleh kemudahan instrumen teknologi pencatatan yang digunakan.

Pencapaian 75% siswa dalam mendirikan toko online resmi dan mengoperasikan media sosial bisnis berhasil meruntuhkan hambatan pemutakhiran pemasaran konvensional (Halim & Mahmuddin, 2025). Pelatihan fotografi produk berbasis smartphone dan teknik copywriting terbukti meningkatkan engagement calon pembeli online secara nyata. Sinergi antara kecakapan finansial dan keberanian merintis usaha digital ini memberikan dorongan nyata bagi pencapaian pertumbuhan ekonomi inklusif di tingkat sekolah kejuruan (Pahrul & Ismail, 2025).

SIMPULAN

Program pengabdian masyarakat melalui perspektif edukasi ekonomi digital berhasil menguatkan literasi keuangan dan jiwa kewirausahaan siswa SMKN 1 Pangkajene dan Kepulauan secara signifikan. Pelatihan terintegrasi ini mendorong peningkatan pemahaman finansial siswa hingga 90%, mengarahkan 88% peserta mengadopsi aplikasi Buku Warung, serta memfasilitasi 75% siswa membentuk toko digital di platform *e-commerce* dan sosial media bisnis. Implikasi praktis program ini memberikan modalitas keterampilan nyata bagi lulusan sekolah vokasi agar tidak hanya siap menjadi tenaga kerja, melainkan juga tangguh sebagai wirausahawan digital mandiri. Keterbatasan kegiatan ini terletak pada belum meratanya kepemilikan modal awal usaha siswa, sehingga saran bagi program pengabdian lanjutan adalah memfasilitasi skema kemitraan modal rintisan (*seed funding*) berskala mikro dengan pihak sekolah atau industri lokal secara berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdi menyampaikan ucapan terima kasih kepada Kepala Sekolah, guru kewirausahaan, dan seluruh siswa SMKN 1 Pangkajene dan Kepulauan yang telah berpartisipasi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

Copyright © 2026, Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan
ISSN 2963-7856 (print), ISSN 2961-9890 (online)

REFERENSI

Angraini, D., Riady, Y., Putimasurai, P., & dkk. (2024). Transformasi digital dalam meningkatkan daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) Indonesia: Sebuah tinjauan sistematis. Eklektik: Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan, 7(2), 45–58. https://doi.org/10.24014/EJPEK.33958

Azzahra, S. F. A., & Sabilla, T. P. (2024). Pengaruh inovasi kemasan dan promosi digital terhadap minat beli konsumen UMKM Kopi Adjie di Provinsi Lampung, Indonesia. Jurnal Ekonomi Efektif, 7(1), 12–22. https://doi.org/10.32493/JEE.v7i1.43497

Halim, N. H., & Mahmuddin, M. (2025). Pemanfaatan media sosial dan e-commerce dalam pemasaran produk UMKM di era digital. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 6(1), 21–35. https://doi.org/10.31803/JEB.v6i1.29234

Halim, N. H., Mahmuddin, M., Pahrul, P., Arisah, N., & Dewantara, H. (2024). Pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan inovasi terhadap motivasi berwirausaha mahasiswa kewirausahaan. Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi, 8(3), 2303–2318.

Kurniawan, D. E., Yulianti, D. R., Febrianita, R., & dkk. (2025). Optimalisasi branding dan inovasi packaging berbasis digital guna peningkatan daya saing UMKM Gading di Rungkut Kidul. Journal of Applied Innovation, 3(1), 18–29. https://doi.org/10.31803/JAI.1851

Mahmuddin, M., Pahrul, P., & Tahir, S. (2025). Evaluating the role of business policy in sustaining competitive advantage: A case study in manufacturing industry. International Journal of Business, Law, and Education, 6(2), 1596–1609.

Pahrul, P., & Ismail, I. (2025). Strategi pemasaran berbasis media sosial untuk peningkatan daya saing UMKM lokal. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 13(1), 88–99.

Pahrul, P., Niswaty, R., & Akib, H. (2015). Pelayanan administrasi kependudukan pada Kantor Kecamatan Minasatene Kabupaten Pangkep. Jurnal Office, 1(1), 56–62.

Rahmatullah, R., Inanna, I., Sahade, S., Nurdiana, N., Azis, F., & Bahri, B. (2020). Utilization of digital technology for management effectiveness micro small and medium enterprises. International Journal of Scientific & Technology Research, 9(4), 1357–1362.

Sahade, S., & Amsa, Y. S. (2020). The influence of explicit instruction learning model toward student learning outcomes. Kontigensi: Jurnal Ilmiah Manajemen, 8(2), 272–280.

Sahade, S., Rijal, H. A., & Nur, A. A. (2021). Pengaruh penggunaan media internet terhadap motivasi belajar siswa program keahlian akuntansi di SMK Negeri 1 Makassar. Klasikal: Journal of Education, Language Teaching and Science, 3(2), 61–70.

Suprihatin, H., Pramitasari, D. A., & Hasanah, A. (2024). Inovasi packaging dan pemasaran digital bagi usaha mikro, kecil, dan menengah. Amal Ilmiah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 5(2), 254–263. https://doi.org/10.36709/amalilmiah.v5i2.205