



Langkah Bersama Intelektika

Jurnal Inovasi dan Pengabdian Masyarakat (JIPM)

Homepage: <https://langkahbersama.id/index.php/jipm>

ISSN: 3123 - 3058 (Media Online)

Volume 2, No 4 Juni 2026 (Halaman 476-582)

PENERAPAN STRATEGI INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION (IMC) UNTUK MENINGKATKAN LITERASI KEUANGAN DIGITAL SISWA DI SMA NEGERI 1 KRAGILAN

Nina Karlina¹, Muhamad Valendika Nugraha Putra², Ripal Agus Tubagus³, Grace Novita⁴, Pancha Kresna Pamungkas⁵, Muhammad Iqbal Ismail⁶

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Pamulang
Kota Serang, Indonesia^{1,2,3,4,5,6}

Email: ninakarlinaa30@gmail.com¹, valendika6@gmail.com², ripaltb39@gmail.com³, gracebutuhinfo78@gmail.com⁴, pancha.kp82@gmail.com⁵, dosen034235@unpam.ac.id⁶

ABSTRAK

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan literasi keuangan digital siswa melalui penerapan strategi *Integrated Marketing Communication* (IMC) di SMA Negeri 1 Kragilan. Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat menuntut generasi muda memiliki kemampuan dalam mengelola keuangan digital secara bijak, efektif, dan bertanggung jawab. Namun, masih ditemukan rendahnya pemahaman siswa mengenai penggunaan layanan keuangan digital, pengelolaan uang saku, serta perilaku konsumtif dalam penggunaan media digital. Oleh karena itu, kegiatan ini dilaksanakan sebagai bentuk edukasi kepada siswa agar mampu memahami pentingnya literasi keuangan digital di era modern. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui pendekatan interaktif berupa seminar edukatif, diskusi, simulasi pengelolaan keuangan, pelatihan menabung, dan sesi tanya jawab. Strategi *Integrated Marketing Communication* (IMC) diterapkan melalui komunikasi terpadu dengan memanfaatkan penyampaian materi secara langsung, media presentasi, interaksi kelompok, dan pendekatan persuasif untuk meningkatkan partisipasi siswa. Kegiatan ini melibatkan 35 siswa kelas XII SMA Negeri 1 Kragilan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman siswa mengenai pentingnya perencanaan keuangan pribadi, penggunaan aplikasi keuangan digital secara aman, serta kesadaran dalam mengontrol pengeluaran dan membangun kebiasaan menabung sejak dini. Selain itu, metode pembelajaran interaktif terbukti mampu meningkatkan partisipasi dan

Article History

Received: 19 Juni 2026

Reviewed: 28 Juni 2026

Published: 29 Juni 2026

Copyright : Author

Publish by : JIPM



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

antusiasme siswa selama kegiatan berlangsung. Dengan demikian, penerapan strategi *Integrated Marketing Communication* (IMC) dalam kegiatan edukasi literasi keuangan digital dinilai efektif dalam meningkatkan pengetahuan, kesadaran, dan perilaku keuangan siswa di lingkungan sekolah.

Kata Kunci: *Integrated Marketing Communication, Literasi Keuangan Digital, Edukasi, Siswa, Pengabdian Kepada Masyarakat*

ABSTRACT

This Community Service Program (PKM) aims to improve students' digital financial literacy through the implementation of Integrated Marketing Communication (IMC) strategies at SMA Negeri 1 Kragilan. The rapid development of digital technology requires the younger generation to have the ability to manage digital finance wisely, effectively, and responsibly. However, many students still have limited understanding regarding the use of digital financial services, personal financial management, and consumptive behavior in the digital era. Therefore, this activity was carried out as an educational effort to increase students' awareness and understanding of digital financial literacy. The implementation method used an interactive approach through educational seminars, discussions, financial management simulations, saving training, and question-and-answer sessions. The Integrated Marketing Communication (IMC) strategy was applied through integrated communication by utilizing direct material delivery, presentation media, group interaction, and persuasive approaches to increase student participation. This activity involved 35 twelfth-grade students of SMA Negeri 1 Kragilan. The results showed an improvement in students' understanding of personal financial planning, safe use of digital financial applications, and awareness in controlling expenses and building saving habits from an early age. In addition, interactive learning methods proved effective in increasing student participation and enthusiasm during the activity. Thus, the implementation of Integrated Marketing Communication (IMC) strategies in digital financial literacy education is considered effective in improving students' knowledge, awareness, and financial behavior in the school environment.

Keywords: *Integrated Marketing Communication, Digital Financial Literacy, Education, Students, Community Service Program*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam bidang pendidikan, komunikasi, pemasaran, dan

pengelolaan keuangan. Transformasi digital yang semakin pesat menuntut generasi muda, khususnya siswa sekolah menengah atas, untuk memiliki kemampuan literasi keuangan digital yang baik agar mampu memanfaatkan teknologi secara bijak dan produktif. Literasi keuangan digital tidak hanya berkaitan dengan kemampuan memahami pengelolaan keuangan, tetapi juga kemampuan menggunakan platform digital dalam aktivitas ekonomi secara aman, efektif, dan bertanggung jawab (Prastiono, 2025).

Di era digital saat ini, penggunaan aplikasi pembayaran elektronik, mobile banking, marketplace, serta media sosial sebagai sarana promosi dan transaksi telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat. Namun demikian, masih banyak siswa yang belum memahami pentingnya pengelolaan keuangan digital secara tepat. Rendahnya pemahaman mengenai literasi keuangan digital dapat menyebabkan perilaku konsumtif, penyalahgunaan teknologi finansial, hingga rendahnya kemampuan perencanaan keuangan sejak usia dini. Oleh karena itu, diperlukan upaya edukasi dan sosialisasi yang mampu meningkatkan pemahaman siswa mengenai pengelolaan keuangan digital secara efektif (Purba et al., 2025).

Salah satu pendekatan yang dapat diterapkan dalam meningkatkan pemahaman siswa terhadap literasi keuangan digital adalah melalui penerapan *Integrated Marketing Communication* (IMC). IMC merupakan strategi komunikasi terpadu yang menggabungkan berbagai bentuk komunikasi pemasaran seperti media sosial, promosi, edukasi, publikasi, dan komunikasi langsung untuk menyampaikan pesan secara efektif kepada target audiens. Konsep IMC tidak hanya digunakan dalam dunia bisnis dan pemasaran, tetapi juga dapat dimanfaatkan dalam kegiatan edukasi dan pengabdian kepada masyarakat untuk meningkatkan pemahaman dan partisipasi peserta.

Penelitian yang dilakukan oleh Damayanti, Saputra, dan Abdurahman (2025) menunjukkan bahwa penerapan *Integrated Marketing Communication* mampu meningkatkan partisipasi peserta dalam kegiatan edukatif berbasis digital melalui strategi komunikasi yang terintegrasi. Selain itu, Prastiono (2025) menjelaskan bahwa implementasi IMC pada lembaga pendidikan dapat memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan minat dan keterlibatan peserta didik. Hal tersebut menunjukkan bahwa strategi komunikasi terpadu memiliki efektivitas dalam menyampaikan informasi edukatif kepada masyarakat, khususnya generasi muda.

Selanjutnya, Purba, Wuryaningrat, dan Ombuh (2025) menyatakan bahwa peningkatan literasi keuangan berbasis digital sangat penting dalam mendukung kemampuan masyarakat menghadapi perkembangan ekonomi modern. Kemampuan memahami transaksi digital, pengelolaan keuangan elektronik, serta pemanfaatan teknologi digital secara tepat menjadi kebutuhan utama di era transformasi digital saat ini. Begitu pula Martono (2026) menjelaskan bahwa penguatan literasi digital dan manajemen berbasis teknologi pada siswa sekolah menjadi langkah penting dalam meningkatkan kesiapan generasi muda menghadapi perkembangan dunia digital dan ekonomi modern.

SMA Negeri 1 Kragilan sebagai salah satu lembaga pendidikan menengah memiliki peran strategis dalam membentuk karakter dan kemampuan siswa dalam menghadapi perkembangan teknologi digital. Berdasarkan hasil observasi awal, masih ditemukan siswa yang belum memahami pengelolaan keuangan digital secara optimal, seperti penggunaan dompet digital, keamanan transaksi online, serta pengendalian perilaku konsumtif dalam penggunaan media digital. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya kegiatan sosialisasi yang mampu memberikan pemahaman secara komprehensif mengenai pentingnya literasi keuangan digital.

Melalui kegiatan “Sosialisasi Penerapan *Integrated Marketing Communication* (IMC) untuk Meningkatkan Literasi Keuangan Digital Siswa di SMA Negeri 1 Kragilan”, diharapkan siswa dapat memahami pentingnya pengelolaan keuangan digital, penggunaan media digital secara bijak, serta mampu meningkatkan kesadaran terhadap pentingnya literasi keuangan di era modern. Kegiatan ini juga bertujuan untuk memberikan edukasi mengenai strategi komunikasi

digital yang efektif sehingga siswa mampu memanfaatkan teknologi sebagai sarana pengembangan diri dan peningkatan kualitas sumber daya manusia.

Dengan adanya kegiatan sosialisasi ini, diharapkan dapat tercipta peningkatan pemahaman, keterampilan, dan kesadaran siswa terhadap pengelolaan keuangan digital secara cerdas dan bertanggung jawab. Selain itu, kegiatan ini diharapkan mampu mendukung terciptanya generasi muda yang adaptif terhadap perkembangan teknologi, memiliki kemampuan literasi digital yang baik, serta mampu menghadapi tantangan ekonomi digital di masa mendatang.

METODE PELAKSANAAN

Dalam konteks pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berjudul penerapan strategi intergrate marketing communication (IMC) untuk meningkatkan literasi keuangan digital siswa di SMA Negeri 1 Kragilan menggunakan pendekatan langsung kepada siswa melalui interaksi tatap muka dan aktivitas partisipatif. Pendekatan ini dipilih agar pesan dan penyampaian materi yang disajikan mampu dipahami dengan lebih baik serta berdampak langsung terhadap perubahan sikap dan motivasi siswa. Adapun metode pelaksanaan kegiatan sebagai berikut:

1. Persiapan: Identifikasi kebutuhan mitra, penyusunan materi, dan koordinasi dengan pihak sekolah
2. Pelaksanaan: Edukasi melalui seminar interaktif, penyampaian materi tentang perencanaan keuangan pribadi, pelatihan menabung, dan ice breaking untuk membangun suasana positif.
3. Evaluasi: Observasi dan pengisian lembar refleksi siswa untuk menilai peningkatan pemahaman serta motivasi setelah kegiatan

Subjek yang menjadi sasaran kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini ditunjukkan kepada siswa SMA N 1 Kragilan, khususnya kelas XI kelompok siswa ini dipilih karena berada pada tahap untuk mempraktikkan tentang cara mengelola keuangan pribadi dengan baik di era digital saat ini yang di gandungi dengan banyak nya aplikasi yang update untuk mempermudah untuk melakukan pembayaran. Selain itu, kegiatan ini juga memberikan informasi tentang adanya sisi positif pada aplikasi tersebut kepada siswa dan mempraktekan nya langsung secara bersama, belum memiliki kebiasaan mengelola keuangan dengan baik, atau boros dalam penggunaan keuangan pribadi. Dengan sasaran tersebut, diharapkan kegiatan ini mampu meningkatkan literasi keuangan dan membentuk kebiasaan hidup hemat secara nyata dan menyeluruh.

TEMPAT DAN WAKTU

Adapun pelaksanaan ini meliputi tahapan berikut :

Tempat	: SMA Negeri 1 Kragilan Jl.Sentul Nyapah KM.03,Desa pematang,Kec.Kragilan,Kab.Serang,Provinsi Banten
Waktu Pelaksanaan Kegiatan	: Kamis,30 april 2026

METODE KEGIATAN

Metode pelaksanaan kegiatan akan disajikan melalui penjelasan dibawah ini :

1. Survei Tempat Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan survei Survei tempat pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di SMA Negeri 1 Kragilan dilakukan sebagai langkah awal untuk mengetahui kondisi lingkungan sekolah, kebutuhan siswa, serta kesiapan sarana dan prasarana yang mendukung kegiatan. Kegiatan survei ini penting dilakukan agar program PKM yang dilaksanakan dapat berjalan secara efektif, tepat sasaran, dan sesuai dengan kebutuhan peserta didik.

2. Persiapan Sarana dan Prasarana

Program ini dilakukan guna memastikan Persiapan sarana dan prasarana dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di SMA Negeri 1 Kragilan dilakukan untuk menunjang kelancaran pelaksanaan kegiatan agar berjalan efektif, tertib, dan sesuai dengan tujuan yang telah direncanakan. Ketersediaan sarana dan prasarana yang memadai sangat penting dalam mendukung proses penyampaian materi, interaksi peserta, serta keberhasilan program edukasi yang diberikan kepada siswa.

3. Materi Pembinaan dan Penyuluhan Kegiatan

Kegiatan penerapan strategi intergrate marketing communication (IMC) untuk meningkatkan literasi keuangan digital siswa di SMA Negeri 1 Kragilan. Tahapan kegiatan diawali dengan sesi pembukaan yang dilakukan oleh panitia, dilanjutkan dengan sambutan dari pihak sekolah, selanjutnya dengan penyampain materi utama mengenai pentingnya Meningkatkan Literasi Dan Perilaku Keuangan Siswa Melalui Edukasi Financial Planning Di Era Digital. Setelah sesi penyampaian materi, peserta diajak berdiskusi dan mengikuti sesi tanya jawab untuk memperdalam pemahaman. Selain itu, diberikan pula aktivitas interaktif berupa sharing pengalaman dan latihan simulasi pengelolaan keuangan agar siswa dapat menggunakan prinsip literasi keuangan dalam kehidupan sehari hari. Kegiatan ditutup dengan refleksi singkat, pengambilan foto bersama antara seluruh peserta dan panitia.

4. Materi Pembinaan dan Penyuluhan Kegiatan

Kegiatan penerapan strategi intergrate marketing communication (IMC) untuk meningkatkan literasi keuangan digital siswa di SMA Negeri 1 Kragilan. Tahapan kegiatan diawali dengan sesi pembukaan yang dilakukan oleh panitia, dilanjutkan dengan sambutan dari pihak sekolah, selanjutnya dengan penyampain materi utama mengenai pentingnya Meningkatkan Literasi Dan Perilaku Keuangan Siswa Melalui Edukasi Financial Planning Di Era Digital. Setelah sesi penyampaian materi, peserta diajak berdiskusi dan mengikuti sesi tanya jawab untuk memperdalam pemahaman. Selain itu, diberikan pula aktivitas interaktif berupa sharing pengalaman dan latihan simulasi pengelolaan keuangan agar siswa dapat menggunakan prinsip literasi keuangan dalam kehidupan sehari hari. Kegiatan ditutup dengan refleksi singkat, pengambilan foto bersama antara seluruh peserta dan panitia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program PKM (Pengabdian Kepada Masyarakat) ini dilakukan tanggal 30 April 2026. Kegiatan ini diikuti oleh sekitar 35 siswa kelas XII beserta guru pendamping dari SMAN 1 KRAGILAN. Kegiatan program pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini memberikan hasil menunjukkan dampak positif sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan, yaitu penerapan strategi imtergrate marketing communication (IMC) untuk meningkatkan literasi keuangan digital siswa di SMA Negeri 1 Kragilan. Berdasarkan hasil observasi, diskusi, serta umpan balik peserta, diperoleh beberapa temuan penting yang dapat dijadikan dasar pembahasan sebagai berikut :

Pertama, Sebelum kegiatan, banyak siswa menggunakan uang saku tanpa perencanaan. Namun setelah diberikan edukasi, siswa mulai memahami pentingnya mengontrol pengeluaran dan menghindari pembelian impulsif.

Keuda, Siswa mulai menyadari pentingnya menabung untuk kebutuhan masa depan. Bahwa kebiasaan menabung dapat dibentuk melalui edukasi dan hal itu harus di bimbingan sejak dini.

Ketiga, Metode pembelajaran interaktif seperti diskusi dan simulasi terbukti membuat siswa lebih mudah memahami materi. Pendekatan ini juga meningkatkan partisipasi aktif siswa selama kegiatan berlangsung.

Secara umum, kegiatan PKM ini memberikan manfaat yang nyata bagi siswa. Mereka tidak hanya memperoleh pengetahuan baru, tetapi juga mendapatkan motivasi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sosialisasi penerapan keuangan pribadi berperan penting dalam mengembangkan cara berpikir siswa dalam finansial yang sehat dan kebiasaan hidup hemat pada lingkup remaja sekolah menengah atas.



KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan yang telah dilakukan di SMAN 1 Kragilan, dapat disimpulkan bahwa: Penerapan strategi literasi keuangan siswa mengalami peningkatan setelah mengikuti edukasi Siswa mulai mampu mengelola uang saku secara lebih baik kebiasaan menabung mulai terbentuk metode edukasi interaktif efektif dalam meningkatkan pemahaman siswa dengan demikian, edukasi literasi keuangan di era digital sangat penting untuk membentuk generasi muda yang cerdas dalam mengelola keuangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Damayanti, S., Saputra, F. T., & Abdurahman, A. I. (2025). INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION EDUCOURSE. ID DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI PESERTA NATIONAL CODING & COMPUTATIONAL THINKING 2024. *Komunikultur: Jurnal Komunikasi, Media dan Budaya*, 1(1), 1-18.
- M Subani Prastiono, S. (2025). *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION POLITEKNIK LP3I PEKANBARU DALAM UPAYA PENINGKATAN CALON MAHASISWA BARU* (Tugas Akhir, Universitas Islam Negeri Sultan Syarim Kasim Riau).
- ENGGA, C., ROSA, F., & WULANDARI, S. A. (2025). LAPORAN AKHIR" OPTIMALISASI PERAN MAHASISWA DAN SINERGI LEMBAGA LKM-S MM SEJAHTERA DALAM PENINGKATAN LITERASI KEUANGAN DAN PEMBERDAYAAN UMKM".

- Martono, A. (2026). PENINGKATAN LITERASI MANAJEMEN DAN AKUNTANSI DIGITAL BAGI SISWA/I SMK IPTEL TANGSEL DI ERA DIGITAL MARKETING. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 4(1).
- Purba, P. M., Wuryaningrat, N. F., & Ombuh, I. W. (2025). P PENINGKATAN KEMAMPUAN LITERASI KEUANGAN, MANAJEMEN PEMASARAN BERBASIS DIGITAL DAN KOMUNIKASI BERBAHASA INGGRIS SEBAGAI UPAYA REVITALISASI PEREKONOMIAN PARIWISATA DI PANTAI RUMBIA. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Multidisiplin*, 9(1), 130-144.
- Ismail, M. I., Juhaeri, & Susanto, D. (2025). The influence of marketing mix (4P) on purchase intention student entrepreneurial products at SMKS Al-Ma'arif Cikande-Serang. *Journal of Innovative and Creativity*, 5(3), 14223-14235.