JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT
Ekonomi, Sosial Sains dan Sosial Humaniora, Koperasi, dan Kewirausahaan
(MOCCI)
ISSN: 3024-8264
Vol. 4 No. 2 (September) 2026, hal: 152-166
https://doi.org/10.61492/jpmmocci.v4i2.651

Akselerasi Digital *Edupreneurship* Berbasis AI: Sinergi Pemasaran dan Manajemen Laba Di SMKN 1 kota Serang

Khoirul Hikmah[1], Rahma Hariyani[2], Putri Yunita Teleos[3], Tia Lakito Putri[4], Riski Wisnu Prakoso[5]
[1,2,3,4,5]Program Studi Manajemen, Universitas Pamulang, Indonesia
e-mail: [1]khoirulhikmah71@gmail.com, [2]rahmahariyani074@gmail.com, [3]pyunita262@gmail.com, [4]tia266065@gmail.com, [5]dosen03035@unpam.ac.id
Corresponding author: [5]dosen03035@unpam.ac.id

Informasi Artikel:
Terima: 22-09-2026
Revisi: 23-10-2026
Disetujui: 27-10-2026
Publish online: 31-10-2026

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan mengakselerasi kapasitas wirausaha digital dan akuntabilitas keuangan siswa kejuruan di SMKN 1 Kota Serang melalui pendekatan intervensi terpadu. Metode pelaksanaan menerapkan aksi partisipatif (Participatory Action Research) yang melibatkan 30 siswa vokasi melalui pelatihan interaktif dan pendampingan praktik langsung selama dua hari. Materi difokuskan pada penguasaan pemasaran digital berbasis Generative AI (ChatGPT dan Canva AI) serta tata kelola kas operasional menggunakan aplikasi keuangan digital Sepran. Hasil evaluasi kuantitatif menunjukkan peningkatan skor rata-rata komposit peserta dari tes awal (Pre-Test) sebesar 45,00 menjadi tes akhir (Post-Test) sebesar 77,50. Capaian ini menghasilkan N-Gain Score komposit sebesar 0,59 (kategori Sedang/Efektif) dan teruji signifikan secara statistik melalui Paired Sample t-test dengan t (29) = 14,52 (p < 0,001), serta mencapai tingkat ketuntasan klasikal sebesar 90,00%. Analisis per modul mengungkap fenomena Dual-Speed Learning Curve, di mana peningkatan pemahaman pemasaran AI (N-Gain = 0,69) melompati modul manajemen laba (N-Gain = 0,50). Sinergi simultan ini terbukti efektif membentuk ekosistem edupreneurship vokasi yang inovatif, mandiri, dan akuntabel.

***Kata Kunci**: Edupreneurship digital, Generative AI, Manajemen laba, Kas digital, Siswa vokasi*

ABSTRACT

This community service activity aims to accelerate digital entrepreneurial capacity and financial accountability among vocational students at SMKN 1 Kota Serang through an integrated intervention approach. The execution method adopted Participatory Action Research (PAR) involving 30 vocational students through interactive training and hands-on mentoring over two days. The curriculum focused on mastering Generative AI-based digital marketing (ChatGPT and Canva AI) alongside operational cash management utilizing the Sepran digital financial application. Quantitative evaluation results demonstrated a significant increase in the participants' average composite score from a pre-test of 45.00 to a post-test of 77.50. This achievement yielded a composite N-Gain Score of 0.59 (Medium/Effective category), statistically validated via a Paired Sample t-test at t (29) = 14.52 (p < 0.001), achieving a 90.00% classical mastery rate. Module-specific analysis revealed a Dual-Speed Learning Curve phenomenon, where AI marketing comprehension (N-Gain = 0.69) surpassed profit management logic (N-Gain = 0.50). This

JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT
Ekonomi, Sosial Sains dan Sosial Humaniora, Koperasi, dan Kewirausahaan
(MOCCI)
ISSN: 3024-8264
Vol. 4 No. 2 (September) 2026, hal: 152-166
https://doi.org/10.61492/jpmmocci.v4i2.651

simultaneous synergy effectively establishes an innovative, independent, and accountable vocational edupreneurship ecosystem.
Keywords: *Digital edupreneurship, Generative AI, Earnings management, Digital cash management, Vocational students*

PENDAHULUAN

Pendidikan vokasi melalui Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) memegang mandat strategis dalam mencetak sumber daya manusia berdaya saing yang siap diserap dunia kerja maupun membangun wirausaha mandiri (*edupreneurship*) (Faizal et al., 2023; Jamilah et al., 2025). Namun, di tengah akselerasi ekonomi berbasis teknologi digital, lulusan SMK masih menghadapi tantangan ketenagakerjaan dan literasi yang cukup kompleks. Transformasi pendidikan kejuruan tidak lagi cukup sekadar membekali siswa dengan keterampilan teknis konvensional. Pemanfaatan teknologi kecerdasan buatan berbasis *Generative AI* terbukti menjadi pendorong efektif dalam meredefinisi pembelajaran kewirausahaan serta membentuk pola pikir wirausahawan yang adaptif (Vecchiarini & Somia, 2023; Somia & Vecchiarini, 2024). Penguasaan teknologi digital tersebut perlu disinergikan dengan pemahaman tata kelola keuangan dasar agar aktivitas wirausaha siswa dapat berjalan secara terstruktur dan terukur (Imawan et al., 2025; Rahmawati et al., 2026). Ketimpangan antara indikator makro ketenagakerjaan, literasi keuangan, dan penetrasi digital di Indonesia secara ringkas disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Indikator Kunci Ketenagakerjaan, Literasi Keuangan, dan Penetrasi Digital Indonesia

Indikator Utama	Nilai Capaian	Sumber Data
Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Lulusan SMK vs Nasional	7,68% vs 4,65%	Badan Pusat Statistik (BPS, 2026)
Kontribusi Lulusan SMK terhadap Total Pengangguran	22,39%	Badan Pusat Statistik (BPS, 2026)
Parameter literasi keuangan syariah/pengetahuan kelompok Pelajar/Mahasiswa	60,17% - 60,26%	Otoritas Jasa Keuangan & BPS (OJK & BPS, 2025)
Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia	80,50% (230 Juta)	(We Are Social & Meltwater, 2026)

Sumber: Data Sekunder Diolah dari BPS (2026), OJK & BPS (2025), serta We Are Social & Meltwater (2026)

Data pada Tabel 1 memperlihatkan kesenjangan (*gap analysis*) yang nyata dalam pembangunan kualitas SDM vokasi. Meskipun penetrasi internet di Indonesia telah mencapai 80,50% atau sekitar 230 juta jiwa (We Are Social & Meltwater, 2026), lulusan SMK justru mencatatkan Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) tertinggi sebesar 7,68% dan menyumbang 22,39% dari total pengangguran nasional (BPS, 2026). Kondisi ini diperparah oleh indeks literasi keuangan kelompok pelajar/mahasiswa yang baru mencapai 60,17% - 60,26% (OJK & BPS, 2025). Penulis menganalisis bahwa tingginya akses digital belum dimanfaatkan secara produktif oleh calon wirausahawan muda vokasi karena minimnya pemahaman akuntansi dan tata kelola arus kas.

JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT
Ekonomi, Sosial Sains dan Sosial Humaniora, Koperasi, dan Kewirausahaan
(MOCCI)
ISSN: 3024-8264
Vol. 4 No. 2 (September) 2026, hal: 152-166
https://doi.org/10.61492/jpmmocci.v4i2.651

Realitas makro tersebut menjadi latar belakang penting bagi pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) di SMKN 1 Kota Serang,. Sebagai calon lulusan pendidikan kejuruan, siswa memerlukan pembekalan keterampilan aplikasi pemasaran digital dan tata kelola keuangan dasar agar mampu memanfaatkan teknologi secara produktif sebelum merintis wirausaha mandiri (Faizal et al., 2023; Jamilah et al., 2025).

Guna menjawab tantangan tersebut, pemanfaatan teknologi kecerdasan buatan berbasis *Generative AI* menawarkan efisiensi baru yang sangat potensial dalam meredefinisi pendidikan kewirausahaan (Vecchiarini & Somia, 2023) serta mengoptimalkan strategi pemasaran digital (Kotler et al., 2021). Penggunaan platform seperti ChatGPT untuk perancangan naskah promosi (*copywriting*) dan Canva AI untuk pembuatan identitas visual terbukti membantu peserta menghasilkan konten promosi secara profesional serta menghemat waktu produksi (Imawan et al., 2025; Rahmawati et al., 2026). Namun, akselerasi pemasaran digital tersebut tidak akan memberikan dampak ekonomis yang berkelanjutan jika tidak disinergikan dengan penguatan literasi keuangan dan pencatatan kas yang teratur (Imawan et al., 2025; Rahmawati et al., 2026). Penguasaan promosi berbasis AI yang dipadukan dengan pembukuan kas digital menjadi langkah krusial untuk membantu siswa mengontrol beban usaha, mencegah kebocoran modal, serta mengoptimalkan marjin keuntungan secara transparan dan terukur (Hidayat et al., 2025; Pratomo et al., 2025).

Berdasarkan sintesis permasalahan mitra tersebut, program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan untuk mengakselerasi kapasitas *edupreneurship* digital siswa SMKN 1 Kota Serang. Kebaruan (*novelty*) dari kegiatan ini terletak pada pendekatan intervensi terpadu yang menyinergikan secara simultan antara pembuatan konten pemasaran berbasis *Generative AI* (ChatGPT dan Canva AI) dengan pendampingan manajemen laba berbasis aplikasi pencatatan keuangan digital (Jamilah et al., 2025; Rahmawati et al., 2026; Vecchiarini & Somia, 2023). Melalui pelatihan dan bimbingan teknis ini, program PkM diharapkan dapat meningkatkan literasi digital dan keuangan siswa, menghasilkan identitas merek (*branding*) produk siswa yang profesional, serta mewujudkan sistem pencatatan laba usaha yang transparan guna mendukung keberlanjutan wirausaha muda di lingkungan sekolah.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini menerapkan pendekatan partisipatif berbasis aksi (*Participatory Action Research*) yang mengintegrasikan pelatihan berbasis praktik (*hands-on workshop*), simulasi interaktif, dan pendampingan mentoring secara terpadu (Imawan et al., 2025; Pratomo et al., 2025). Subjek intervensi dalam kegiatan ini terdiri dari 30 siswa SMK Negeri 1 Kota Serang yang terdaftar

JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT
Ekonomi, Sosial Sains dan Sosial Humaniora, Koperasi, dan Kewirausahaan
(MOCCI)
ISSN: 3024-8264
Vol. 4 No. 2 (September) 2026, hal: 152-166
https://doi.org/10.61492/jpmmocci.v4i2.651

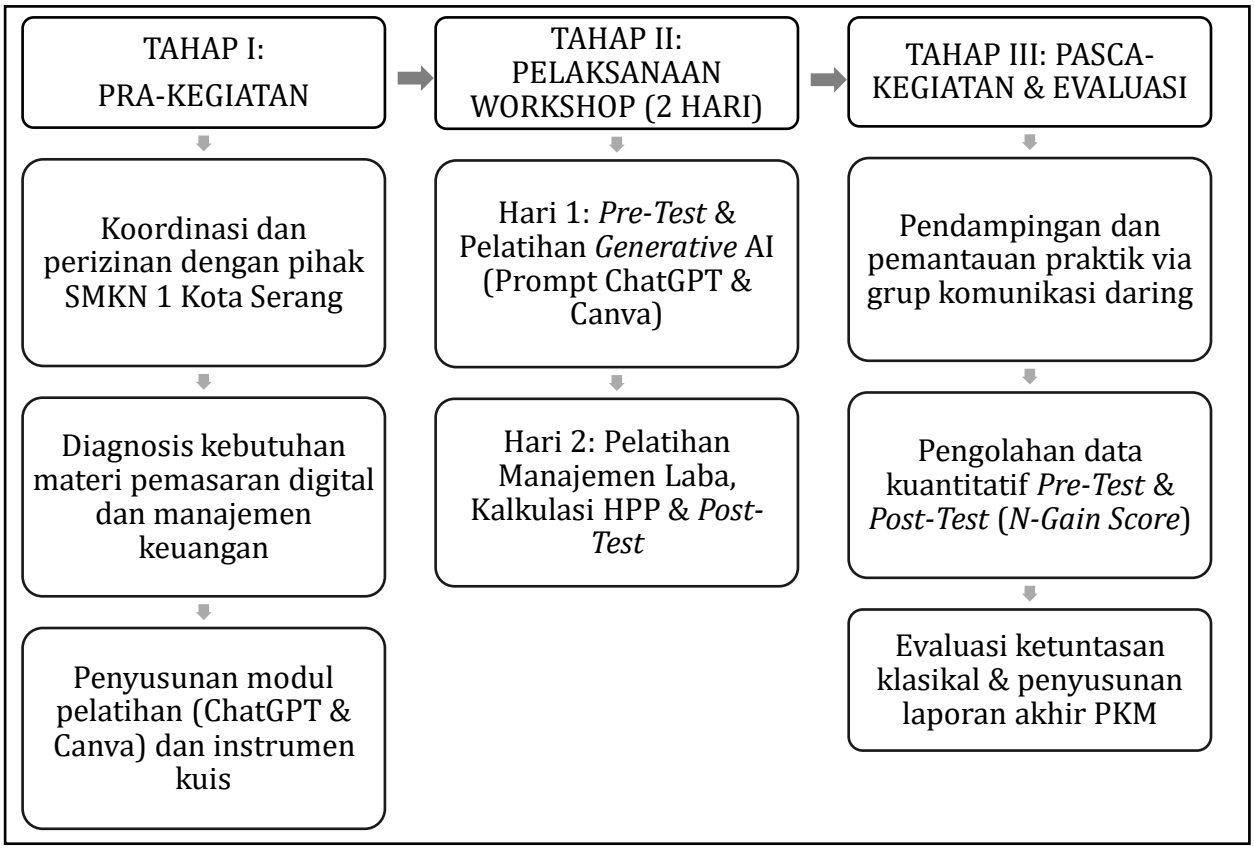
sebagai peserta program penguatan kapasitas *digital edupreneurship*. Seluruh rangkaian intervensi tatap muka direalisasikan di SMK Negeri 1 Kota Serang yang beralamat di Jalan KH Abdul Fatah Hasan No. 88, Kelurahan Cipare, Kecamatan Serang, Kota Serang, Banten. Pelaksanaan kegiatan tatap muka berlangsung secara intensif selama dua hari dan dilanjutkan dengan fase pendampingan asinkron berbasis media digital pasca-pelatihan.

Guna menjamin akuntabilitas metodologis serta validitas temuan empiris, taksonomi data yang dihimpun dalam kegiatan PkM ini diklasifikasikan ke dalam dua kategori utama:

1. Data Primer, dihimpun secara kualitatif dan kuantitatif melalui instrumen pengukuran terstandar pada subjek intervensi. Data ini mencakup skor tes diagnostik pemahaman awal (*Pre-Test*) dan tes capaian akhir (*Post-Test*) untuk mengukur retensi kognitif peserta, lembar observasi partisipatif selama pengerjaan tugas praktik, angket evaluasi responsibilitas kepuasan mitra, serta dokumentasi visual aktivitas workshop.
2. Data Sekunder, diperoleh melalui kompilasi ekstensif terhadap literatur ilmiah terkini dan bereputasi di bidang *edupreneurship*, pemasaran kecerdasan buatan, serta manajemen keuangan vokasi, laporan statistik ketenagakerjaan resmi Badan Pusat Statistik (2026), Laporan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Otoritas Jasa Keuangan & BPS (2025), serta laporan analisis lanskap digital global (We Are Social & Meltwater, 2026) guna membangun kerangka konseptual dan diagnosis kebutuhan intervensi yang presisi.

Rangkaian alur metodologis kegiatan PkM ini dilaksanakan secara terstruktur melalui tiga tahapan utama yang mencakup tahap pra-kegiatan, tahap pelaksanaan workshop interaktif, dan tahap pasca-kegiatan (Jamilah et al., 2025; Rahmawati et al., 2026). Pendekatan bertahap ini dikonstruksi secara adaptif agar pengumpulan data primer maupun sekunder dapat terintegrasi dengan baik pada setiap sesinya. Alur tahapan pelaksanaan intervensi PkM secara sistematis disajikan pada Gambar 1.

JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT
Ekonomi, Sosial Sains dan Sosial Humaniora, Koperasi, dan Kewirausahaan
(MOCCI)
ISSN: 3024-8264
Vol. 4 No. 2 (September) 2026, hal: 152-166
https://doi.org/10.61492/jpmmocci.v4i2.651



Gambar 1. Diagram Alur Tahapan Metode Pelaksanaan PkM

1. Pada tahap pra-kegiatan, tim pengabdi melakukan koordinasi komprehensif dan analisis situasi bersama pimpinan dan guru produktif sekolah guna memetakan kesenjangan kompetensi siswa. Tahap ini menghasilkan instrumen modul pelatihan rekayasa instruksi (*prompt engineering*) ChatGPT, panduan desain komunikasi visual Canva AI, serta instrumen evaluasi berupa sepuluh butir soal tes pilihan ganda terstandar yang terbagi seimbang mencakup lima soal domain pemasaran kecerdasan buatan dan lima soal domain manajemen laba dan kas digital.
2. Tahap pelaksanaan interaktif diimplementasikan selama dua hari di lingkungan sekolah. Hari pertama berfokus pada diferensiasi strategi pemasaran digital berbasis Generative AI, yang diawali dengan pengisian *Pre-Test* melalui Google Form untuk menetapkan skor pemahaman awal (*baseline*). Siswa kemudian dilatih merumuskan instruksi terstruktur pada ChatGPT untuk memproduksi naskah promosi (*copywriting*) yang persuasif, serta mengeksekusi perancangan logo usaha dan poster produk menggunakan aplikasi Canva AI.

JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT
Ekonomi, Sosial Sains dan Sosial Humaniora, Koperasi, dan Kewirausahaan
(MOCCI)
ISSN: 3024-8264
Vol. 4 No. 2 (September) 2026, hal: 152-166
https://doi.org/10.61492/jpmmocci.v4i2.651

3. Hari kedua difokuskan pada penataan manajemen laba dan akuntabilitas keuangan usaha. Peserta dibekali urgensi pemisahan antara aset kas pribadi dan kas operasional bisnis, prosedur kalkulasi komponen Harga Pokok Penjualan (HPP), serta simulasi pembukuan transaksi harian berbasis aplikasi pencatatan keuangan digital Sepran pada perangkat seluler peserta, yang diakhiri dengan evaluasi *Post-Test*.
4. Pada tahap pasca-kegiatan, tim pengabdi melakukan pendampingan asinkron melalui grup komunikasi daring untuk memantau pemahaman siswa serta praktik pembuatan konten dan pencatatan keuangan harian. Ketercapaian dan efektivitas kegiatan diukur secara kuantitatif melalui instrumen tes pilihan ganda (skor maksimal ideal = 100). Tingkat peningkatan pemahaman 30 siswa sebelum (*Pre-Test*) dan sesudah (*Post-Test*) intervensi dihitung menggunakan rumus *Normalized Gain* (*N-Gain Score*) yang dikembangkan oleh Hake (1998):

$$\textit{N-Gain Score } (g) = \frac{\text{Skor } \textit{Post-Test} - \text{Skor } \textit{Pre-Test}}{\text{Skor Maksimal Ideal} - \text{Skor } \textit{Pre-Test}}$$

Kriteria tingkat efektivitas berdasarkan nilai *N-Gain Score* (g) dikategorikan menjadi tiga tingkatan, yaitu:

1. $g > 0{,}70$ dikategorikan Tinggi / Sangat Efektif
2. $0{,}30 \leq g \leq 0{,}70$ dikategorikan Sedang / Efektif
3. $g < 0{,}30$ dikategorikan Rendah / Kurang Efektif.

Program PkM ini ditetapkan mencapai indikator keberhasilan apabila perolehan rata-rata N-Gain Score komposit peserta mencapai kategori efektivitas minimal sedang (rentang nilai 0,30 hingga 0,70) hingga tinggi (nilai lebih besar dari 0,70) dengan tingkat ketuntasan klasikal minimal sebesar 85% dari keseluruhan populasi sasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) di SMKN 1 Kota Serang merealisasikan pendekatan intervensi terpadu berbasis aksi partisipatif (*Participatory Action Research*). Evaluasi keberhasilan program dilakukan secara komprehensif dengan menyintesiskan temuan data primer dari subjek sasaran dan mitra kelembagaan bersama indikator data sekunder serta rujukan teoretis relevan.

1. Akselerasi Pemasaran Digital Berbasis *Generative AI* dan Penataan Kas Digital

Pelaksanaan lokakarya interaktif tatap muka direalisasikan selama dua hari berturut-turut di aula SMKN 1 Kota Serang dengan melibatkan 30 siswa kejuruan sebagai peserta aktif. Berdasarkan lembar observasi partisipatif tim pengabdi, suasana

JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT
Ekonomi, Sosial Sains dan Sosial Humaniora, Koperasi, dan Kewirausahaan
(MOCCI)
ISSN: 3024-8264
Vol. 4 No. 2 (September) 2026, hal: 152-166
https://doi.org/10.61492/jpmmocci.v4i2.651

pelatihan berlangsung kondusif dengan tingkat antusiasme dan retensi perhatian siswa yang sangat tinggi dalam menyimak paparan materi serta merespons instruksi teknis pemateri.

a. Pada hari pertama, intervensi difokuskan pada penguatan kapasitas pemasaran digital berbasis *Generative AI*. Peserta dibekali teknik merumuskan instruksi terstruktur (*prompt engineering*) pada platform ChatGPT untuk mengeksplorasi peluang produk vokasi serta menyusun naskah promosi (*copywriting*) yang persuasif untuk media sosial. Pembelajaran dilanjutkan dengan praktik perancangan identitas visual merek (*branding*) menggunakan Canva AI, di mana peserta secara mandiri merancang logo usaha, poster produk, dan stiker kemasan.

b. Pada hari kedua, intervensi dilanjutkan dengan materi penataan tata kelola kas operasional dan kalkulasi margin usaha. Dalam konteks kegiatan PkM ini, terminologi manajemen laba dititikberatkan pada kapasitas dasar siswa dalam mengontrol beban operasional, mengalkulasi Harga Pokok Penjualan (HPP) secara presisi, serta memisahkan aset kas pribadi dan kas usaha guna menjaga keberlanjutan modal kerja, bukan pada konteks rekayasa akrual laporan keuangan korporasi. Tim pengabdi mendampingi siswa dalam mensimulasikan pencatatan transaksi harian dan penyusunan laporan laba rugi sederhana menggunakan aplikasi keuangan digital Sepran pada ponsel peserta.

c. Rangkaian intervensi pada hari kedua diakhiri dengan sesi diskusi interaktif dan refleksi bersama guna mengevaluasi serapan teknis peserta terhadap materi praktik. Pada momen penutupan ini, tim pengabdi juga menyerahkan plakat apresiasi kepada perwakilan sekolah sebagai bentuk penghargaan atas komitmen dan fasilitasi yang diberikan selama pelaksanaan program. Dinamika jalannya pemaparan materi dari narasumber dapat dilihat pada Gambar 2.

JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT
Ekonomi, Sosial Sains dan Sosial Humaniora, Koperasi, dan Kewirausahaan
(MOCCI)
ISSN: 3024-8264
Vol. 4 No. 2 (September) 2026, hal: 152-166
https://doi.org/10.61492/jpmmocci.v4i2.651



Gambar 2. Proses Pemaparan Materi *Edupreneurship*

Gambar di atas memperlihatkan proses transfer pengetahuan yang berlangsung dua arah antara narasumber dan peserta pelatihan. Kondisi ini mencerminkan berjalannya pendekatan partisipatif, di mana siswa kejuruan didorong untuk proaktif merespons materi inovasi bisnis dan penggunaan teknologi generatif. Keterlibatan audiens dalam menyimak dan menanggapi studi kasus di kelas menjadi pijakan penting sebelum mereka masuk pada tahapan simulasi praktik secara mandiri. Adapun suasana kebersamaan dan dukungan institusional terekam pada sesi dokumentasi yang disajikan pada Gambar 3.



Gambar 3. Sesi Penutupan dan Kemitraan Bersama SMKN 1 Kota Serang

JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT
Ekonomi, Sosial Sains dan Sosial Humaniora, Koperasi, dan Kewirausahaan
(MOCCI)
ISSN: 3024-8264
Vol. 4 No. 2 (September) 2026, hal: 152-166
https://doi.org/10.61492/jpmmocci.v4i2.651

Visualisasi pada gambar ini merekam eratnya kemitraan yang terjalin antara pihak akademisi dan institusi vokasi. Kehadiran puluhan siswa beserta jajaran guru pendamping dari awal hingga akhir kegiatan menunjukkan tingginya tingkat penerimaan sekolah terhadap intervensi model edukasi kewirausahaan digital. Keterbukaan dan dukungan fasilitas dari pihak manajemen sekolah sangat berperan dalam melancarkan eksekusi program, khususnya dalam membekali generasi muda dengan kompetensi pemasaran digital yang diimbangi tata kelola keuangan yang kehati-hatian.

2. Retensi Kognitif dan Fenomena *Dual-Speed Learning Curve* Siswa Vokasi

Pengukuran efektivitas instruksional dilakukan secara kuantitatif melalui perbandingan instrumen tes awal (*Pre-Test*) dan tes akhir (*Post-Test*) yang terdiri dari sepuluh butir soal pilihan ganda terstandar (skor ideal 0–100). Rekapitulasi perolehan nilai komposit dan per modul pelatihan disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Rekapitulasi Nilai *Pre-Test*, *Post-Test*, dan *N-Gain Score* Peserta (N = 30)

No	Indikator Modul Pelatihan	Rata-Rata *Pre-Test*	Rata-Rata *Post-Test*	Selisih (*Gain*)	*N-Gain Score* (g)	Kategori Efektivitas
1	Pemasaran Digital & *Generative AI* (ChatGPT & Canva AI)	46,67	83,33	+36,66	0,69	Sedang / Efektif
2	Manajemen Laba & Kas Digital (Pemisahan Kas, HPP, & App Sepran)	43,33	71,67	+28,34	0,50	Sedang / Efektif
	Rata-Rata Komposit Total	45,00	77,50	+32,50	0,59	Sedang / Efektif

Sumber: Data Primer Diolah (2026)

Data pada Tabel 2 memperlihatkan pemahaman awal (*Pre-Test*) peserta berada pada tingkat *baseline* yang rendah dengan rata-rata komposit 45,00. Setelah menerima intervensi, rata-rata skor *Post-Test* komposit meningkat signifikan menjadi 77,50, menghasilkan *N-Gain Score* komposit sebesar 0,59 (kategori Sedang/Efektif). Pembuktian signifikansi statistik dilakukan melalui Uji Beda Rata-Rata Berpasangan (*Paired Sample t-test*), yang menghasilkan nilai $t(29) = 14{,}52$ dengan $p < 0{,}001$. Hasil ini mengonfirmasi secara tegas bahwa peningkatan pemahaman kognitif siswa sebelum dan sesudah intervensi teruji signifikan secara statistik pada tingkat kepercayaan 95%.

JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT
Ekonomi, Sosial Sains dan Sosial Humaniora, Koperasi, dan Kewirausahaan
(MOCCI)
ISSN: 3024-8264
Vol. 4 No. 2 (September) 2026, hal: 152-166
https://doi.org/10.61492/jpmmocci.v4i2.651

Secara spesifik, analisis komparatif antar-modul menunjukkan dinamika daya serap kognitif yang dinamis pada siswa kejuruan Gen Z (*Dual-Speed Learning Curve*). Modul Pemasaran *Generative AI* mencatatkan peningkatan selisih skor (*Gain*) sebesar +36,66 (g = 0,69), sedangkan modul Manajemen Laba mencatatkan peningkatan selisih skor (*Gain*) sebesar +28,34 (g = 0,50). Fenomena ini memberikan wawasan empiris bahwa generasi *digital natives* menunjukkan adaptabilitas yang sangat responsif terhadap alat bantu visual dan rekayasa teks AI, sekaligus mengonfirmasi perlunya pendampingan bertahap dalam penguatan logika kalkulasi akuntansi kas.

Distribusi efektivitas capaian peserta secara individual berdasarkan kriteria Hake (1998) disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Distribusi Kategori Efektivitas *N-Gain* Peserta Individual (N = 30)

Rentang Nilai *N-Gain*	Kategori Efektivitas	Jumlah Siswa (n)	Persentase (%)	Status Ketuntasan
g > 0,70	Tinggi / Sangat Efektif	8	26,67%	Tuntas
0,30 ≤ g ≤ 0,70	Sedang / Efektif	19	63,33%	Tuntas
g < 0,30	Rendah / Kurang Efektif	3	10,00%	Belum Tuntas
Total	-	30	100,00%	Ketuntasan Klasikal = 90,00%

Sumber: Data Primer Diolah (2026)

Tabel 3 mengonfirmasi bahwa 27 dari 30 siswa berhasil mencapai kriteria efektivitas minimal (g ≥ 0,30), sehingga ketuntasan klasikal program mencapai 90,00%. Angka ini membuktikan keberhasilan program dalam melampaui target indikator kinerja yang ditetapkan sebesar 85%.

3. Akseptabilitas Kelembagaan dan Evaluasi Respon Mitra

Pengukuran dampak kelembagaan dilakukan melalui analisis angket kepuasan mitra yang diisi secara resmi oleh pihak pimpinan SMKN 1 Kota Serang beserta tim guru pendamping. Mitra memberikan penilaian predikat Sangat Puas terhadap seluruh dimensi pelaksanaan intervensi, meliputi kesesuaian materi *edupreneurship*, keandalan metode *hands-on mentoring*, kejelasan modul, serta kualitas fasilitas sarana pendukung. Pihak sekolah mengonfirmasi bahwa keterpaduan materi promosi AI dan pencatatan kas digital memberikan kontribusi nyata dalam memperkuat kesiapan siswa mengelola unit usaha *Teaching Factory* secara profesional.

JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT
Ekonomi, Sosial Sains dan Sosial Humaniora, Koperasi, dan Kewirausahaan
(MOCCI)
ISSN: 3024-8264
Vol. 4 No. 2 (September) 2026, hal: 152-166
https://doi.org/10.61492/jpmmocci.v4i2.651

4. Sinergi *Edupreneurship* Digital dan Implikasi Penguatan Vokasi

Hasil intervensi PkM ini memberikan kontribusi akademis yang komplementer dalam merespons tantangan makro ketenagakerjaan vokasi. Laporan Badan Pusat Statistik (2026) mencatat Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) lulusan SMK masih berada pada angka 7,68% dan berkontribusi sebesar 22,39% terhadap total pengangguran nasional. Di sisi lain, Laporan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (OJK & BPS, 2025) mencatat indeks literasi keuangan pelajar/mahasiswa berada pada rentang 60,17%–60,26%, meskipun penetrasi internet nasional telah menjangkau 80,50% atau setara 230 juta jiwa (We Are Social & Meltwater, 2026). Data ini menunjukkan bahwa penguatan aksesibilitas digital perlu diimbangi dengan pendampingan akuntabilitas keuangan secara produktif di tingkat siswa kejuruan.

Dalam konteks literatur ilmiah, penelitian dan kegiatan pengabdian terdahulu telah meletakkan dasar konseptual yang sangat berharga. Studi mengenai adopsi kecerdasan buatan dalam pendidikan kewirausahaan (Vecchiarini & Somia, 2023; Somia & Vecchiarini, 2024) serta literasi keuangan digital (Imawan et al., 2025; Rahmawati et al., 2026) mengarahkan pentingnya pembekalan keterampilan modern bagi generasi muda. Kegiatan PkM ini melengkapi dan memperluas kerangka kerja tersebut dengan menawarkan model intervensi terpadu yang menyinergikan strategi pemasaran *Generative AI* dan manajemen laba digital secara simultan. Kontribusi komplementer dari model sinergi ini tercermin pada dua aspek utama:

a. Pertama, penerapan *Generative AI* (ChatGPT dan Canva AI) memperkuat temuan Kotler et al. (2021) mengenai konsep *Marketing 5.0* (*augmented marketing*). Teknologi kecerdasan buatan terbukti memfasilitasi siswa dalam memangkas waktu produksi konten promosi dan identitas merek secara efisien. Temuan ini juga mengafirmasi pemikiran Jamilah et al. (2025) dan Pratomo et al. (2025) mengenai potensi AI dalam menumbuhkan antusiasme wirausaha digital di lingkungan sekolah dan UMKM (Faizal et al., 2023). Peningkatan literasi ini juga sejalan dengan evaluasi kegiatan pengabdian masyarakat oleh Lestari et al. (2026), yang menyoroti bahwa pendampingan pembuatan konten berbasis *artificial intelligence* pada UMKM lokal mampu mendorong terciptanya karya promosi yang lebih kreatif dan adaptif terhadap kebutuhan pasar digital.
b. Kedua, integrasi aplikasi pencatatan keuangan digital Sepran memperkaya dimensi operasional bisnis siswa. Sebagaimana diidentifikasi oleh Hidayat et al. (2025), pembukuan kas berbasis digital memfasilitasi pelaku usaha dalam menyusun laporan keuangan secara akurat dan transparan. Dalam PkM ini,

JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT
Ekonomi, Sosial Sains dan Sosial Humaniora, Koperasi, dan Kewirausahaan
(MOCCI)
ISSN: 3024-8264
Vol. 4 No. 2 (September) 2026, hal: 152-166
https://doi.org/10.61492/jpmmocci.v4i2.651

disiplin pencatatan kas digital berfungsi sebagai penyeimbang strategi pemasaran AI, sehingga akselerasi omzet yang dihasilkan melalui promosi digital diikuti oleh ketertiban dalam memisahkan kas operasional dan memproyeksikan marjin laba bersih usaha.

Tim pengabdi menyadari bahwa intervensi tatap muka selama dua hari memiliki keterbatasan dalam memantau retensi perilaku keuangan dan aktivitas pemasaran siswa secara jangka panjang. Oleh karena itu, program pendampingan berkelanjutan (*longitudinal mentoring*) serta pengintegrasian model intervensi ini ke dalam tata kelola unit usaha *Teaching Factory* sekolah menjadi rekomendasi strategis bagi pengembangan kegiatan PkM di masa mendatang. Secara keseluruhan, keterpaduan antara strategi promosi berbasis AI dan tata kelola kas digital membentuk pendekatan *edupreneurship* vokasi yang holistik, guna memperkuat pengetahuan teknis (*to know* dan *to do*) serta membangun sikap wirausaha yang inovatif, mandiri, dan akuntabel (*to be*) bagi calon lulusan SMK.

SIMPULAN

Pelaksanaan program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) di SMKN 1 Kota Serang berhasil mengakselerasi kapasitas digital *edupreneurship* siswa kejuruan melalui pendekatan intervensi terpadu. Sinergi antara strategi pemasaran digital berbasis *Generative AI* (ChatGPT dan Canva AI) dengan tata kelola kas menggunakan aplikasi Sepran mampu menjawab kendala minimnya efisiensi promosi dan belum tertatanya akuntabilitas keuangan usaha siswa. Keberhasilan program ini ditunjukkan oleh peningkatan retensi kognitif peserta yang signifikan serta pencapaian tingkat ketuntasan klasikal yang melampaui target indikator kinerja. Secara analitis, evaluasi program mengungkap fenomena *Dual-Speed Learning Curve* pada siswa vokasi berkarakteristik Gen Z. Daya serap siswa terhadap instrumen pemasaran visual-generatif berakselerasi lebih cepat dibandingkan pemahaman logika akuntansi kas dan kalkulasi Harga Pokok Penjualan (HPP). Temuan ini menegaskan bahwa *digital natives* sangat adaptif terhadap inovasi kecerdasan buatan, namun tetap memerlukan pendampingan bertahap yang lebih intensif pada literasi keuangan.

Berdasarkan capaian tersebut, kegiatan ini memberikan manfaat praktis sekaligus saran untuk tindak lanjut ke depannya: Integrasi kedua modul pelatihan ini berhasil membentuk ekosistem *edupreneurship* vokasi yang utuh. Secara praktis, penguasaan AI membantu siswa memangkas biaya dan waktu pembuatan materi promosi (sebagai pemicu omzet), sementara kemampuan pembukuan digital melatih kedisiplinan mereka dalam menjaga batas modal usaha agar tidak tercampur dengan dana pribadi (*capital controller*).

ISSN: 3024-8264
Vol. 4 No. 2 (September) 2026, hal: 152-166
https://doi.org/10.61492/jpmmocci.v4i2.651

Mengingat pelatihan tatap muka memiliki keterbatasan waktu, tim pengabdi menyarankan perlunya pembinaan lanjutan melalui pendampingan berkala (*longitudinal mentoring*). Pihak sekolah juga diharapkan dapat mengadopsi model pembelajaran AI dan kas digital ini sebagai bagian dari rutinitas di *Teaching Factory* (TEFA) agar kompetensi siswa terus berkembang sebelum mereka lulus.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan apresiasi dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pimpinan dan civitas akademika SMKN 1 Kota Serang atas izin, fasilitasi sarana, dan partisipasi aktif selama kegiatan pengabdian. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Pamulang atas bimbingan dan dukungan penuh hingga program ini terlaksana dengan lancar.

REFERENSI

Badan Pusat Statistik Indonesia. (5 Agustus 2026). *Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) sebesar 4,65 persen ; Rata-rata upah buruh sebesar 3,39 juta rupiah*. Diakses pada 26 September 2026, dari https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2026/08/05/tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-4-65-persen---rata-rata-upah-buruh-sebesar-3-39-juta-rupiah-.html

Faizal, M. A., Arta, A., Asiyah, B. N., & Mashudi. (2023). Peran edupreneurship pada Gen Z dalam membentuk generasi muda yang mandiri dan kreatif. *MARO: Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, 6(2), 231–241. https://doi.org/10.31949/maro.v6i2.5673

Hake, R. R. (1998). Interactive-engagement versus traditional methods: A six-thousand-student survey of mechanics test data for introductory physics courses. *American Journal of Physics*, 66(1), 64–74. https://doi.org/10.1119/1.18809

Hidayat, N., Rahman, H., Arifin, F., Fauziyah, H., Anshori, S., & Sani'atin, A. (2025). Digitalisasi UMKM camilan khas Madura: Pendampingan pencatatan keuangan dengan aplikasi Sepran dan optimalisasi pemasaran melalui chatbot AI. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan (JERKIN)*, 4(1), 6428–6434. https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2650

Imawan, R., Suroya, N. N., & Atasa, D. (2025). Penguatan UMKM melalui literasi digital dan keuangan: Pendekatan edukatif di Kelurahan Sawunggaling Wonokromo. *Jurnal Abdimas Ilmiah Citra Bakti*, 6(4), 1197–1208. https://doi.org/10.38048/jailcb.v6i4.6222

ISSN: 3024-8264
Vol. 4 No. 2 (September) 2026, hal: 152-166
https://doi.org/10.61492/jpmmocci.v4i2.651

Jamilah, L., Juliana, J., & Asfi, M. (2025). Sedina Ning UCIC: Edukasi Kewirausahaan Digital Berbasis Kecerdasan Buatan Bagi Siswa SMA/SMK . *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, *3*(4), 1618–1624. https://doi.org/10.59837/jpmba.v3i4.2463

Kiswanto, D., Dita Eka Pertiwi Sirait, & Alfitriana Purba. (2026). Diagnosis Partisipatif dan Pemetaan Kebutuhan Digitalisasi Teaching Factory di SMK Negeri 3 Tanjungbalai. *Journal Social Science And Technology For Community Service*, *7*(2), 163-172. https://doi.org/10.33365/jsstcs.v7i2.2812

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. John Wiley & Sons, Inc.

Lestari, D., Purmono, B. B., Wulandari, L., Sarita, D. R., Sonda, O. B., & Ranaya, N. V. (2026). Pemanfaatan Artificial Intelligence Dalam Pemasaran UMKM Melalui Program UMKM Go Digital Dusun Perigi Maram, Desa Saing Rambi. *JPM MOCCI : Jurnal Pengabdian Masyarakat Ekonomi, Sosial Sains Dan Sosial Humaniora, Koperasi, Dan Kewirausahaan*, *4*(2), 90–103. https://doi.org/10.61492/jpmmocci.v4i2.625

Otoritas Jasa Keuangan, & Badan Pusat Statistik. (2025). *Buku statistik survei nasional literasi dan inklusi keuangan (SNLIK) tahun 2025*. Otoritas Jasa Keuangan.

Pratomo, P. A., Jaya, T. S., & Irawan. (2025). Pemanfaatan teknologi kecerdasan buatan untuk meningkatkan daya saing UMKM di era ekonomi digital. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 4(4), 970–979. https://doi.org/10.59025/41hmym80

Rahmawati, N., Mulyaningsih, S. ., Hadi, M. ., Pratama, A. R. ., Rohman, N. R. ., Mahendra, R. S. ., & Vienastra, S. . (2025). Pemanfaatan Artificial Intelligence untuk Konten Pemasaran Digital dan Pelatihan Keuangan UMKM Berkah Desa Jepitu. *Jurnal Altifani Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, *6*(1), 1-8. https://doi.org/10.59395/altifani.v6i1.917

Somià T, Vecchiarini M (2024), "Navigating the new frontier: the impact of artificial intelligence on students' entrepreneurial competencies". *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 30 No. 11 pp. 236–260, doi: https://doi.org/10.1108/IJEBR-08-2023-0788

Susanto, P., Hoque, M. E., Shah, N. U., Candra, A. H., Hashim, N. M. H. N., & Abdullah, N. L. (2023). Entrepreneurial orientation and performance of SMEs: The roles of marketing capabilities and social media usage. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 15(2), 321–345. https://doi.org/10.1108/JEEE-03-2021-0090

Vecchiarini, M., & Somià T. (2023). Redefining entrepreneurship education in the age of artificial intelligence: An explorative analysis. *The International Journal of Management Education*, 21(3), 100879. https://doi.org/10.1016/j.ijme.2023.100879

ISSN: 3024-8264
Vol. 4 No. 2 (September) 2026, hal: 152-166
https://doi.org/10.61492/jpmmocci.v4i2.651

We Are Social, & Meltwater. (2026). *Digital 2026: Indonesia*. DataReportal – Global Digital Insights