

Sosialisasi Transformasi Digital dan Administrasi Keuangan 5.0: di SMK Negeri 1 Kutalimbaru, Sumatera Utara

¹Eka Martyna Theodora, ²Arsyaf Tampubolon, ³Deby Siska Oktavia Pasaribu, ⁴Yenni
¹²³⁴⁵Universitas Mahkota Tricom Unggul, Kota Medan, Indonesia
eka.martyna@gmail.com

Submit : 28 Mar 2026 | Diterima : 25 April 2026 | Terbit : 29 April 2026

ABSTRACT

*Digital transformation in the Industry 5.0 era requires vocational high school (SMK) graduates to possess competencies that extend beyond conventional administrative and financial skills, enabling them to effectively support digital marketing activities. This Community Service Program (Pengabdian kepada Masyarakat/PkM) aimed to enhance the digital literacy and digital competencies of students at SMK Negeri 1 Kutalimbaru through the **Marketing Assistant 5.0: Digital Transformation in Administration and Finance** program. The implementation method consisted of several stages, including a partner needs assessment, module development, socialization, practice-based training, group discussions, and program evaluation. The training materials covered the creation of digital product catalogs using Canva, preparation of campaign response reports using Microsoft Excel and Google Sheets, customer data management and analysis, as well as content scheduling and customer follow-up strategies. The results demonstrated that participants experienced improved understanding of the application of digital technologies in supporting administrative, financial, and marketing processes. Furthermore, participants successfully applied various digital applications to design promotional media, analyze campaign data, develop customer databases, and create systematic marketing content calendars. The program also strengthened collaboration between the university and the vocational school in supporting the development of vocational competencies aligned with industry demands. Therefore, this community service initiative contributed to enhancing students' work readiness by equipping them with adaptive, innovative, and industry-relevant digital skills required to meet the challenges of digital transformation in the Industry 5.0 era.*

Keywords: Administration and Finance; Digital Literacy; Digital Marketing; Digital Transformation; Vocational Education

ABSTRAK

Transformasi digital pada era Industri 5.0 menuntut lulusan sekolah menengah kejuruan (SMK) memiliki kompetensi yang tidak hanya berfokus pada administrasi dan keuangan konvensional, tetapi juga mampu mendukung aktivitas pemasaran digital. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan meningkatkan literasi dan keterampilan digital siswa SMK Negeri 1 Kutalimbaru melalui program Marketing Assistant 5.0: Transformasi Digital Administrasi dan Keuangan. Metode pelaksanaan meliputi tahap survei kebutuhan mitra, penyusunan modul, sosialisasi, pelatihan berbasis praktik, diskusi, serta evaluasi hasil kegiatan. Materi yang diberikan mencakup pembuatan katalog produk digital menggunakan Canva, penyusunan laporan respons kampanye menggunakan Excel/Google Sheets, pengelolaan dan analisis data pelanggan, serta penjadwalan konten dan tindak lanjut pelanggan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta memperoleh peningkatan pemahaman mengenai pemanfaatan teknologi digital dalam mendukung proses administrasi, keuangan, dan pemasaran. Selain itu, peserta mampu mempraktikkan penggunaan berbagai aplikasi digital untuk menghasilkan media promosi, mengolah data kampanye, menyusun basis data pelanggan, dan merancang kalender konten pemasaran secara lebih sistematis. Program ini juga memperkuat sinergi antara perguruan tinggi dan sekolah dalam

mendukung pengembangan kompetensi vokasi yang selaras dengan kebutuhan dunia industri. Dengan demikian, kegiatan PkM ini berkontribusi dalam meningkatkan kesiapan kerja siswa melalui penguasaan keterampilan digital yang adaptif, inovatif, dan relevan dengan tuntutan transformasi digital di era Industri 5.0.

Kata Kunci: Transformasi digital, literasi digital, administrasi dan keuangan

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat telah mengubah berbagai aspek kehidupan, termasuk dunia pendidikan dan dunia kerja. Transformasi digital yang menjadi ciri utama era Industri 5.0 menuntut sumber daya manusia memiliki kompetensi yang tidak hanya terbatas pada kemampuan teknis sesuai bidangnya, tetapi juga mampu memanfaatkan teknologi digital dalam mendukung produktivitas dan pengambilan keputusan. Kondisi tersebut mendorong lembaga pendidikan, khususnya Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), untuk menghasilkan lulusan yang memiliki keterampilan digital sesuai dengan kebutuhan dunia industri dan dunia usaha.

Perubahan kebutuhan kompetensi tenaga kerja menyebabkan peran tenaga administrasi dan keuangan tidak lagi sebatas mengelola dokumen dan transaksi secara konvensional. Saat ini mereka dituntut mampu mendukung aktivitas pemasaran digital melalui pengelolaan data pelanggan, penyusunan laporan berbasis data, pembuatan konten promosi digital, serta pemanfaatan berbagai aplikasi produktivitas. Menurut Rina Destiana, Agus Prasetyo, dan Camelia Putrini (2024), perkembangan teknologi keuangan pada era Industri 5.0 tidak hanya berfokus pada otomatisasi, tetapi juga pada kolaborasi antara teknologi cerdas dan manusia. Sistem transaksi dan akuntansi keuangan dirancang menjadi lebih adaptif, real-time, serta mempertimbangkan aspek etika dan keberlanjutan dalam pengambilan keputusan. Oleh karena itu, penguasaan keterampilan digital menjadi salah satu kompetensi penting yang harus dimiliki oleh calon tenaga kerja.

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan pentingnya penguatan kompetensi digital dalam dunia pendidikan. Jason Royle dan Andrew Laing (2014) menjelaskan bahwa masih terdapat kesenjangan (*digital skills gap*) antara kompetensi lulusan dengan kebutuhan industri, sehingga diperlukan pelatihan yang mampu meningkatkan keterampilan digital. Selanjutnya, Dave Chaffey dan Fiona Ellis-Chadwick (2019) mengemukakan bahwa kemampuan memanfaatkan teknologi digital, analisis data, serta penggunaan berbagai platform digital merupakan kompetensi utama yang harus dimiliki tenaga kerja pada era digital. Penelitian Sahar Elhajar (2021) juga menunjukkan bahwa perusahaan saat ini lebih memprioritaskan lulusan yang memiliki keterampilan digital, kemampuan analisis data, komunikasi digital, serta penguasaan perangkat lunak produktivitas dibandingkan hanya mengandalkan kemampuan administratif konvensional.

Berdasarkan hasil observasi dan diskusi dengan pihak SMK Negeri 1 Kutalimbaru, diketahui bahwa pembelajaran komputer masih berfokus pada pengenalan dasar sehingga siswa belum memperoleh pengalaman yang memadai dalam penerapan teknologi digital untuk mendukung aktivitas administrasi, keuangan, dan pemasaran. Kondisi tersebut berpotensi menimbulkan kesenjangan antara kompetensi lulusan dengan kebutuhan dunia kerja yang semakin terdigitalisasi. Oleh sebab itu, diperlukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang memberikan pengalaman belajar berbasis praktik sehingga peserta mampu menguasai keterampilan digital yang aplikatif.

Melalui program **Transformasi Digital Administrasi dan Keuangan 5.0**, peserta diberikan pelatihan mengenai pembuatan katalog produk menggunakan Canva, penyusunan laporan respons kampanye menggunakan Microsoft Excel dan Google Sheets, pengelolaan data pelanggan, serta penyusunan kalender konten pemasaran. Materi tersebut dipilih karena sesuai dengan kompetensi yang banyak dibutuhkan pada berbagai sektor industri saat ini. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan literasi digital, kemampuan analisis data, kreativitas, serta kesiapan kerja siswa SMK sehingga mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan dunia industri. Selain memberikan manfaat bagi peserta, kegiatan ini juga memperkuat kolaborasi antara perguruan tinggi dan sekolah dalam mendukung peningkatan kualitas pendidikan vokasi melalui implementasi program pengabdian kepada masyarakat yang berorientasi pada pengembangan kompetensi abad ke-21.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dilaksanakan di SMK Negeri 1 Kutalimbaru, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara pada tanggal 28 Juli 2025. Program mengusung tema “Transformasi Digital Administrasi dan Keuangan 5.0” dengan tujuan meningkatkan literasi serta keterampilan digital siswa dalam mendukung kesiapan memasuki dunia kerja pada Era Industri 5.0. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif (participatory approach) melalui kegiatan sosialisasi, pelatihan (workshop), praktik langsung, diskusi, dan evaluasi.

Populasi dan Sampel

Populasi kegiatan adalah seluruh siswa kelas XII SMK Negeri 1 Kutalimbaru yang dipersiapkan untuk memasuki dunia kerja setelah menyelesaikan pendidikan. Pemilihan peserta dilakukan secara *purposive sampling* berdasarkan rekomendasi pihak sekolah dengan mempertimbangkan kesiapan peserta mengikuti pelatihan digital dan relevansi materi terhadap kompetensi yang dipelajari di sekolah.

Sampel kegiatan terdiri atas 22 siswa kelas XII dan 2 guru pendamping, sehingga jumlah peserta keseluruhan sebanyak 24 orang. Peserta dipilih karena dianggap mewakili calon lulusan yang membutuhkan penguatan kompetensi digital di bidang administrasi, keuangan, dan pemasaran sebagai bekal memasuki dunia industri.

Tahapan Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut.

- a. Survei dan identifikasi Kebutuhan. Tim pelaksana melakukan observasi lapangan dan diskusi dengan kepala sekolah serta guru untuk mengidentifikasi kondisi pembelajaran dan kebutuhan kompetensi digital siswa. Tahap ini bertujuan memperoleh gambaran awal mengenai permasalahan mitra dan menentukan materi pelatihan yang sesuai.
- b. Persiapan Kegiatan. Kegiatan persiapan meliputi penyusunan modul pelatihan, koordinasi jadwal dengan pihak sekolah, serta penyiapan sarana pendukung seperti komputer, proyektor, jaringan internet, dan aplikasi yang digunakan selama pelatihan.
- c. Pelaksanaan Pelatihan. Pelatihan dilaksanakan menggunakan metode ceramah, demonstrasi, praktik langsung, dan pendampingan. Materi yang diberikan meliputi:
 - o pembuatan katalog produk digital menggunakan Canva;
 - o penyusunan laporan respons kampanye menggunakan Microsoft Excel dan Google Sheets;
 - o pengelolaan dan analisis data pelanggan melalui formulir digital; dan
 - o penyusunan kalender konten serta strategi follow-up pelanggan.
- d. Evaluasi Kegiatan. Evaluasi dilakukan melalui observasi keterlibatan peserta, penilaian hasil praktik, diskusi reflektif, dan pemberian latihan pada akhir sesi pelatihan untuk mengukur pemahaman serta kemampuan peserta dalam menggunakan aplikasi digital.

Teknik Pengumpulan Data

Data kegiatan dikumpulkan melalui observasi langsung, dokumentasi, diskusi, dan penilaian hasil praktik peserta. Observasi digunakan untuk melihat tingkat partisipasi dan antusiasme peserta selama pelatihan, sedangkan dokumentasi digunakan sebagai bukti pelaksanaan kegiatan. Hasil praktik peserta digunakan untuk menggambarkan kemampuan dalam menerapkan materi yang telah diberikan.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif. Data yang diperoleh dari observasi, dokumentasi, diskusi, dan hasil praktik dianalisis dengan cara mendeskripsikan tingkat partisipasi, pemahaman, serta kemampuan peserta dalam memanfaatkan aplikasi digital untuk mendukung administrasi, keuangan, dan pemasaran. Hasil analisis disajikan dalam bentuk uraian naratif untuk menggambarkan capaian program dan kontribusi kegiatan terhadap peningkatan kompetensi digital siswa sebagai calon tenaga kerja yang siap menghadapi tuntutan transformasi

digital pada Era Industri 5.0.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dengan tema "Transformasi Digital Administrasi dan Keuangan 5.0" telah dilaksanakan di SMK Negeri 1 Kutalimbaru. Kegiatan berlangsung secara interaktif melalui metode sosialisasi, demonstrasi, praktik langsung, diskusi, dan evaluasi. Seluruh rangkaian pelatihan berjalan sesuai dengan rencana dan memperoleh respons positif dari peserta.

Hasil pelaksanaan menunjukkan bahwa peserta mengalami peningkatan pemahaman mengenai pentingnya transformasi digital dalam bidang administrasi, keuangan, dan pemasaran. Sebelum kegiatan berlangsung, sebagian besar peserta hanya mengenal penggunaan komputer pada tingkat dasar dan belum memahami penerapan aplikasi digital untuk mendukung aktivitas bisnis. Setelah mengikuti pelatihan, peserta mampu membuat katalog produk digital menggunakan Canva, menyusun laporan respons kampanye melalui Microsoft Excel dan Google Sheets, mengelola data pelanggan berdasarkan formulir digital, serta menyusun kalender konten pemasaran sebagai bagian dari strategi komunikasi digital.

Tabel 1. Materi Pelatihan dan Capaian Kompetensi Peserta

Materi Pelatihan	Kompetensi yang Diharapkan	Capaian Hasil
Pembuatan katalog digital menggunakan Canva	Mampu membuat media promosi digital	Peserta mampu mendesain katalog produk sederhana secara mandiri
Microsoft Excel dan Google Sheets	Mampu mengolah data kampanye pemasaran	Peserta mampu membuat laporan sederhana berbasis spreadsheet
Pengelolaan data pelanggan	Mampu menyusun database pelanggan	Peserta memahami proses pencatatan dan pengelompokan data pelanggan
Kalender konten dan <i>follow-up</i> pelanggan	Mampu menyusun jadwal pemasaran digital	Peserta mampu menyusun contoh kalender konten mingguan

Peningkatan kompetensi tersebut menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan berbasis praktik memberikan pengalaman belajar yang lebih efektif dibandingkan penyampaian materi secara teoritis. Peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan mengenai konsep digitalisasi administrasi dan pemasaran, tetapi juga mampu mengimplementasikan keterampilan tersebut secara langsung melalui studi kasus sederhana yang disimulasikan selama pelatihan. Kegiatan praktik memungkinkan peserta memahami hubungan antara pengelolaan data, komunikasi pemasaran, dan pengambilan keputusan berbasis informasi sehingga kompetensi yang diperoleh menjadi lebih aplikatif.

Pembahasan

Keberhasilan kegiatan ini sejalan dengan penelitian Royle dan Laing (2014) yang menyatakan bahwa dunia kerja masih menghadapi kesenjangan kompetensi (*digital skills gap*) sehingga diperlukan pelatihan yang berorientasi pada penguasaan keterampilan digital. Demikian pula, Chaffey dan Ellis-Chadwick (2019) menjelaskan bahwa kemampuan mengolah data digital, memanfaatkan teknologi informasi, dan memahami pemasaran digital merupakan kompetensi utama yang dibutuhkan pada era transformasi digital.

Selain meningkatkan kompetensi peserta, kegiatan ini juga memperkuat kemitraan antara perguruan tinggi dan sekolah dalam mendukung peningkatan kualitas pendidikan vokasi. Kolaborasi tersebut memberikan kesempatan bagi siswa untuk memperoleh wawasan mengenai perkembangan teknologi yang sesuai dengan kebutuhan dunia industri, sekaligus menjadi sarana transfer ilmu pengetahuan dari perguruan tinggi kepada masyarakat. Guru pendamping juga memperoleh referensi mengenai pemanfaatan aplikasi digital yang dapat diintegrasikan ke dalam proses pembelajaran di sekolah.

Tabel 2. Hasil Observasi Partisipasi Peserta Selama Pelatihan

Materi Pelatihan	Kompetensi yang Diharapkan	Capaian Hasil
Pembuatan katalog digital menggunakan Canva	Mampu membuat media promosi digital	Peserta mampu mendesain katalog produk sederhana secara mandiri
Microsoft Excel dan Google Sheets	Mampu mengolah data kampanye pemasaran	Peserta mampu membuat laporan sederhana berbasis spreadsheet
Pengelolaan data pelanggan	Mampu menyusun database pelanggan	Peserta memahami proses pencatatan dan pengelompokan data pelanggan
Kalender konten dan <i>follow-up</i> pelanggan	Mampu menyusun jadwal pemasaran digital	Peserta mampu menyusun contoh kalender konten mingguan

Secara keseluruhan, kegiatan PkM ini memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan literasi digital dan kesiapan kerja siswa SMK Negeri 1 Kutalimbaru. Penguasaan keterampilan menggunakan Canva, Microsoft Excel, Google Sheets, pengelolaan basis data pelanggan, dan penyusunan kalender konten diharapkan mampu meningkatkan daya saing lulusan dalam menghadapi kebutuhan pasar kerja pada era Industri 5.0. Oleh karena itu, program serupa perlu dilaksanakan secara berkelanjutan dengan cakupan materi yang lebih luas, seperti pemanfaatan kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence*), *Customer Relationship Management* (CRM), dan analitik pemasaran digital agar kompetensi lulusan semakin relevan dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan industri.

KESIMPULAN

Melalui pendekatan partisipatif yang dikombinasikan dengan metode sosialisasi, pelatihan, praktik langsung, dan diskusi, peserta memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pemanfaatan teknologi digital dalam mendukung aktivitas administrasi, keuangan, dan pemasaran. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mampu mengembangkan keterampilan praktis dalam menggunakan aplikasi digital, seperti Canva untuk pembuatan katalog produk, Microsoft Excel dan Google Sheets untuk pengolahan data dan penyusunan laporan respons kampanye, pengelolaan data pelanggan, serta penyusunan kalender konten pemasaran. Selain memberikan manfaat bagi peserta, kegiatan ini juga memperkuat kolaborasi antara perguruan tinggi dan SMK dalam mendukung peningkatan kualitas pendidikan vokasi melalui transfer pengetahuan dan keterampilan yang sesuai dengan kebutuhan industri. Sinergi tersebut diharapkan dapat mendukung terciptanya lulusan yang lebih adaptif, inovatif, dan memiliki daya saing tinggi di pasar kerja. Untuk meningkatkan keberlanjutan program, kegiatan serupa perlu dilaksanakan secara berkala dengan materi yang lebih komprehensif, seperti pemanfaatan Artificial Intelligence (AI). Dengan demikian, program pengabdian ini tidak hanya memberikan dampak jangka pendek berupa peningkatan kompetensi digital peserta, tetapi juga berkontribusi terhadap penguatan ekosistem pendidikan vokasi yang selaras dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan dunia industri.

REFERENSI

- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (7th ed.). Harlow, England: Pearson Education Limited.
- Elhajjar, S. (2021). Digital marketing jobs: What are recruiters looking for? *Journal of Education for Business*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1080/08832323.2021.1898879>
- Junaedi, Maranto, A. R. K., Hermawan, A., & Wijaya, A. H. (2025). Peningkatan keterampilan desain grafis siswa SMK melalui pelatihan berbasis proyek menggunakan platform Canva: Pendekatan pengabdian kepada masyarakat. *Abdi Dharma*, 5(1), 129–138. <https://doi.org/10.31253/ad.v5i1.3641>
- Jusbaeni, Rizqiyah, U. H., Firnawati, Ninsyi, D. S., & Izmi, S. A. (2025). Enhancing digital skills and visual innovation through cloud-based design platforms among vocational education

- students. *Jurnal Sipakatau: Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 3(1). <https://doi.org/10.66314/sipakatau.v3i1.251>
- Khairunnas, Yasid, H., & Farmi, H. (2025). Pelatihan kewirausahaan digital bagi siswa SMK Negeri 2 Pekanbaru melalui desain promosi produk menggunakan aplikasi Canva. *Jurnal Dinamika Pengabdian Masyarakat: Setia Amanah*, 1(2). [https://doi.org/10.25299/jdpm.2025.vol1\(2\).25853](https://doi.org/10.25299/jdpm.2025.vol1(2).25853)
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Kurniawan, E. H., Muchyidin Kiddin, M. S., Asyhar, W. I., & Khamid, T. (2025). Diseminasi pemanfaatan Akun Belajar.id untuk pembelajaran menyenangkan dengan Google Workspace for Education dan Canva. *Abditeknika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1). <https://doi.org/10.31294/abditeknika.v5i1.7450>
- Makmur, E., Vitalocca, D., & Tandirerung, V. A. (2024). PKM pelatihan konten digital berbasis Canva di Gowa: Meningkatkan literasi digital masyarakat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 285–290. <https://doi.org/10.59562/abdimas.v2i2.5868>
- Muhajir, M., Sarwendah, A., & Ibrahim, A. B. (2024). Utilization of Canva for education to improve learning effectiveness of vocational students. *Research and Development in Education (RaDEn)*, 4(1), 698–708. <https://doi.org/10.22219/raden.v4i1.32808>
- Nugraha, E. (2024). Digital transformation in marketing: From Marketing 3.0 to Marketing 5.0. *Global International Journal of Innovative Research*.
- Royle, J., & Laing, A. (2014). The digital marketing skills gap: Developing a Digital Marketer Model for the communication industries. *International Journal of Information Management*, 34(2), 65–73. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2013.11.008>
- Wulandari, H. T., & Utama. (2025). Development of interactive learning media based on Canva for Education to improve digital literacy skills in solar system material IPAS project. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 35(1). <https://doi.org/10.23917/jpis.v35i1.10797>