

PENGUATAN MANAJEMEN KEUANGAN DAN MEDIA SOSIAL PADA KARANG TARUNA DESA WANGUN HARJA

Abdul Latif^{1*}, Erna Apriani², Zulfa Zakiatul Hidayah³, Wiyarno⁴, Isarianto⁵

^{1,2,3,4}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Institusi, Universitas Pelita Bangsa
⁵Fakultas Teknik, Universitas Pelita Bangsa

Article history

Received : 7 Mei 2023

Revised : 13 Mei 2023

Accepted : 2 Juli 2023

*Corresponding author

Abdul Latif

Email :

abdullatif@pelitabangsa.ac.id

Abstrak

Literasi keuangan tidak lepas dari seni dalam pengelolaan keuangan individu, di zaman yang terus berkembang serta dibarengi pertumbuhan teknologi informasi yang pesat, tentu generasi muda harus bisa mengoptimalkan penghasilan serta efisiensi pengeluaran untuk kepentingan pribadi pada jangka pendek dan jangka Panjang. Sebagian besar generasi milenial dan gen z kurang dalam efisiensi penghasilannya dikarenakan kurangnya pemahaman terkait manajemen keuangan. Tujuan dari kegiatan untuk memberikan pemahaman, penguatan, wawasan, serta semua hal terkait manajemen keuangan dan media sosial dan segala hal yang mesti dipersiapkan dan diantisipasi dalam implikasi IPTEK tersebut. Mitra pada kegiatan pengabdian ini merupakan remaja dan pengurus Karang Taruna Desa Wangun Harja. Metode pelaksanaan dilakukan dengan edukasi, sosialisasi, serta penguatan manajemen keuangan, dan pengelolaan media sosial bagi para anak muda, anggota, dan pengurus Karang Taruna Desa Wangun Harja. Setelah diselenggarakan pengabdian dengan tema penguatan manajemen keuangan dan media sosial, wawasan, dan pemahaman peserta pengabdian menjadi bertambah dan lebih bijak dalam pengelolaan keuangan pribadi dan organisasi, serta bijak dalam pengelolaan media sosial. Kesimpulan pada kegiatan ini Sebagian besar generasi milenial dan gen Z kurang memahami literasi keuangan, dan pengelolaan keuangan pribadi, sehingga tidak mudah untuk menabung dan membeli aset dari hasil kerja dan usahanya, dari kegiatan ini para peserta sudah berpikir lebih realistis dalam pengelolaan keuangan, dan pemahaman instrument investasi yang cocok pada kondisi keuangan masing-masing, serta pengem, serta sosial media yang cocok untuk dikembangkan dalam organisasi..

Kata kunci: Literasi Keuangan; Media Sosial; Digitalisasi

Abstract

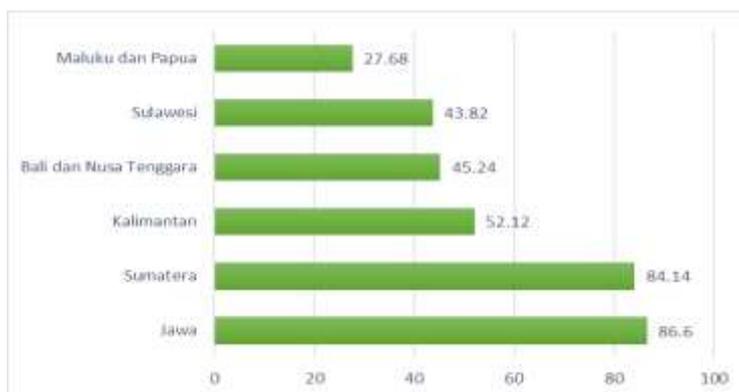
Financial literacy cannot be separated from the art of personal financial management; in an era that continues to develop and is accompanied by the rapid growth of information technology, of course, the younger generation must be able to optimize income and efficiency of spending for personal interests in the short and long term. Most of the millennial generation and gen z need to improve the efficiency of their income due to a lack of understanding of financial management. The activity aims to provide understanding, strengthening, insight, and all matters related to financial management and social media and all things that must be prepared and anticipated in the implications of science and technology. Partners in this community service activity are teenagers and youth organizations in Wangun Harja village. The implementation method is done through education, socialization, strengthening financial management, and social media management for young people, members, and administrators of the Wangun Harja Village Youth Organization. After the service was held with the theme of strengthening financial management and social media, the insights and understanding of the service participants increased, and they were wiser in managing personal and organizational finances and wise in managing social media. The conclusion of this activity Most millennials and Gen Z lack an understanding of financial literacy and personal financial management, so it is not easy to save and buy assets from the results of their work and efforts; from this activity, the participants have thought more realistically in financial management, and understanding investment instruments that are suitable for their respective financial conditions, as well as developers, and social media that are suitable for development in organizations.

Keywords: Financial Literacy; Social Media; Digitalization

PENDAHULUAN

Fenomena yang sangat umum terjadi yaitu masih banyak masyarakat khususnya pemuda dalam mengelola keuangan pribadi ataupun organisasi tanpa melakukan perencanaan dengan baik dikarenakan kesulitan memisahkan antara kebutuhan serta keinginan (Syarifudin et al., 2023). Hal ini menyebabkan total pengeluaran akan lebih besar dibandingkan dengan total pendapatan sehingga mengakibatkan timbul tidak seimbangnya kondisi finansial. Dibutuhkan perencanaan keuangan yang matang, dimana terdapat pencatatan yang rapi, sistematis dan terkontrol (Keown et al., 2013). Risiko tidak teraturnya pengelolaan keuangan akan menjadi masalah dikemudian hari akibat kurang tepatnya perencanaan serta pengelolaan keuangan pribadi dan organisasi (Bastian, 2021).

Pesatnya perkembangan *smartphone* sebagai penggunaan media oleh pengguna media sosial atau jejaring internet di Indonesia mencapai 370.1 juta pengguna yang terdata aktif pada tahun 2022 membuat Indonesia menjadi negara keempat terbesar di dunia sebagai populasi penggunaan *smartphone* setelah China, India, serta Amerika Serikat. Menurut Alyusi, (2019) bukan hanya belanja online, tapi manusia mampu mengakses informasi apapun yang hendak dicari. Masyarakat modern pada umumnya memanfaatkan *smartphone* untuk media yang mendukung kegiatan sehari-hari seperti berbelanja kebutuhan dengan secara online melalui aplikasi pada *smartphone* (Prajarini, 2020). Ragamnya aplikasi pada *smartphone* dilatar belakangi dengan ragamnya kebutuhan pada masyarakat. Mayoritas masyarakat memanfaatkan pengguna aplikasi *smartphone* untuk belanja online, transportasi online, serta sosial media (Apriani et al., 2022).



Gambar 1. Jumlah Pengguna Smartphone di Indonesia Berdasarkan Pulau (Puslitbang Aptika IKP Kominfo, 2023)

Dari informasi data pada gambar 1 bisa dilihat, penggunaan *smartphone* terbanyak di Indonesia berdasarkan kepulauan didominasi oleh pulau Jawa dengan angka sebesar 86.60 persen. Kondisi ini didasarkan karena tingkat harga *smartphone* lebih murah dan relatif terjangkau di pulau Jawa, mengingat produsen *smartphone* berada di Jabodetabek menyebabkan harga relatif murah. Perkembangan ekonomi telah dipengaruhi oleh tumbuh pesatnya media sosial, perubahan transaksi jual beli dari awalnya hanya bisa dengan tatap muka, telepon, serta pos, sekarang lebih mudah dan *simple* hanya dengan media sosial dengan jejaring internet (Anggoro et al., 2023). Komunikasi antar produsen, calon pelanggan, serta pelanggan dengan adanya media sosial memungkinkan sebagai media komunikasi para pelaku pasar. Menurut Astuti et al., (2023) media sosial menyebarkan pesan secara komunikatif dan santai serta memberikan identitas pada merek atau brand yang dipasarkan, situs-situs media sosial seperti Facebook, Twitter, Youtube dan sebagainya.

Berdasarkan hasil survei awal di Karang Taruna Desa Wangun Harja ditemukan bahwa masih banyak para pemuda yang mengalami kesulitan dalam mengelola keuangan pribadi ataupun organisasi, dalam menyisihkan uangnya untuk disimpan maupun diinvestasikan. Sebagian besar pemuda berprofesi sebagai karyawan pabrik, pedagang, buruh lepas, dan pengurus organisasi di Desa Wangun Harja. Permasalahan yang

sering terjadi disebabkan oleh ketidakterampilan para pemuda dan pengurus karang taruna dalam mengelola keuangan pribadi dan organisasi yang cukup kompleks.

Para pemuda-pemudi mengalami kesulitan dalam mengidentifikasi skala prioritas atau dengan kata lain, mereka masih kesulitan dalam memisahkan antara kebutuhan serta keinginan. Hal ini menyebabkan total pengeluaran akan lebih besar dibandingkan dengan total pendapatan sehingga mengakibatkan tidak seimbang kondisi finansial. Maka diperlukan pemahaman dan penguatan secara lanjut terkait strategi dan cara pengelolaan keuangan pribadi.

Media sosial pada karang taruna Desa Wangun Harga tergolong tidak aktif, padahal mayoritas penduduk setempat sudah menggunakan media sosial. Kegiatan dan informasi kelembagaan banyak yang tidak terdokumentasi pada media sosial karang taruna tersebut. Semua pengurus pada karang taruna mempunyai sosial media masing-masing, namun sosial media karang taruna sendiri tidak aktif, mengingat karang taruna merupakan kelembagaan daerah, sehingga di zaman digital ini semua informasi merujuk media sosial.

Pemahaman terkait kekuatan media sosial pada suatu organisasi di karang taruna Desa Wangun Harja tergolong kurang. Mengingat profil dan aktivitas suatu organisasi sudah serba digital dalam media sosial pada zaman modern ini. Perlunya penguatan secara lanjut bagaimana peran pentingnya aktivitas media sosial pada organisasi. Kebutuhan informasi pada karang taruna akan lebih optimal dengan diaktifkan Kembali media sosialnya, serta pemilahan dan penambahan media sosial yang cocok dan sesuai kebutuhan pada karang taruna.

Terdapat beberapa pengabdian terdahulu sebagai rujukan pada kegiatan pengabdian ini seperti rujukan metode penguatan media sosial dari Puspita et al., (2023) dengan tema pengabdian Sosialisasi Strategi Pemasaran Produk Melalui Media Sosial bagi Pelaku UMKM. Rujukan instrumen investasi dalam pengelolaan keuangan pribadi dari Apriani et al., (2022) dengan tema pengabdian Literasi Investasi Digital pada Pasar Modal Indonesia di Lingkungan Desa Tambaksari. Rujukan kekuatan media sosial pada era digitalisasi pada Dwihantoro et al., (2023) dengan tema pengabdian Digitalisasi Kesenian Njanen: Strategi Pelestarian Kebudayaan Melalui Platform Sosial Media. Rujukan pengelolaan konten pada media sosial pada dengan tema pengabdian Optimalisasi Produksi Konten Kreatif Media Sosial sebagai Sarana Promosi Kampung Adat Segunung Carangwulung Jombang (Paramita et al., 2023). Rujukan pengembangan pada sosial media dengan tema pengabdian Penerapan Sosial Media Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Telur Asin Pak Dapin di Desa Kutagandok (Febrianti et al., 2023). Rujukan pengelolaan keuangan organisasi pada Febriani & Handayani, (2023) dengan tema pengabdian Transparansi dan Akuntabilitas Pengelolaan Keuangan Desa Wahas Kecamatan Balongpanggang Kabupaten Gresik. Rujukan metode pengelolaan keuangan individu dan keluarga pada (Syarifudin et al., 2023) dengan tema pengabdian Pelatihan Pengelolaan Keuangan Keluarga dalam Rangka Meningkatkan Literasi Keuangan di Desa Kasturi. Rujukan optimalisasi promosi pada media sosial dari Astuti et al., (2023) dengan tema pengabdian *Optimization of Social Media as Media Promotion of Historical Tourist Destination in Surabaya*. Rujukan metode manajemen keuangan organisasi dari Pontoan et al., (2021) dengan tema pengabdian Peningkatan Kapasitas Petani Pada Masa Pandemi Covid-19 Melalui Pelatihan Manajemen Keuangan & Pemasaran Digital. Rujukan metode pelaksanaan kegiatan pengabdian dari Pratami et al., (2019) dengan tema pengabdian Pelatihan Manajemen Keuangan Dan Pemasaran Online Pada Usaha Havana Cake.

Permasalahan Mitra Dari latar belakang di atas yang telah diuraikan, maka terdapat beberapa permasalahan mitra diantaranya, a). Kurangnya literasi dan pemahaman terkait manajemen keuangan pribadi maupun lingkup organisasi di lingkungan remaja dan pengurus karang taruna Desa Wangun Harja. b). Kurangnya strategi dan cara dalam pengelolaan keuangan pada remaja dan pengurus karang taruna Desa Wangun Harja. c). Kurangnya pengelolaan media sosial pada karang taruna wangun harja dalam menyikapi perkembangan digitalisasi. d). Kurangnya penguatan terkait the *power of media social* pada organisasi karang taruna Desa Wangun Harja.

Tujuan Kegiatan, dilihat dari permasalahan mitra di atas, maka disusun tujuan kegiatan seperti berikut, a). Memberikan literasi dan pemahaman terkait manajemen keuangan pribadi dan organisasi; b). Memberikan pemahaman terkait teori dan praktik *money management*; c). mempraktekkan cara membuat dan merawat media sosial karang taruna wangun harja; d). Memberikan pemahaman kekuatan *the power of media social* dalam tranformasi teknologi dan informasi sebagai branding keorganisasian.

Manfaat Kegiatan, manfaat kegiatan dalam kegiatan ini antara lain: a) Bagi remaja karang taruna Desa Wangun Harja dapat memahami manajemen keuangan pribadi dan organisasi dalam perencanaan keuangan jangka Panjang dan jangka pendek; b) Dapat mencerahkan pemahaman dan mempraktekkan *money manajemen*; c) Peserta kegiatan dapat mengetahui ragam media sosial yang efektif pada organisasi; d) Terbukanya pemahaman masyarakat terhadap *the power of media social* dan bijak dalam penggunaannya.

METODE PELAKSANAAN

Lokasi Kegiatan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang akan dilaksanakan berlokasi di Karang Taruna Wangun Harja, Kecamatan Cikarang Utara, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat, dan kegiatan pelaksanaan bertempat di kantor Desa Wangun Harja. Sasaran dalam kegiatan pengabdian kepada remaja dan pengurus karang taruna Desa Wangun Harja beserta perangkat dan jajarannya yang telah diundang secara resmi oleh ketua karang taruna Desa Wangun Harja desa yang menargetkan peserta pengabdian kurang lebih 30 peserta. Tahapan Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan menjadi tiga tahap pelaksanaan, yaitu tahapan persiapan, tahapan pelaksanaan, dan tahapan evaluasi. Berikut adalah tahapan yang akan dilaksanakan:

- 1) Tahapan Persiapan, dalam tahapan awal ini ada dua mekanisme yang dilakukan:
 - a. Survei Mitra, dalam mekanisme ini pelaksana kegiatan melakukan silaturahmi ketempat ketua karang taruna Desa Wangun Harja dengan tujuan meminta ijin dan kesediaan dalam pelaksanaan kegiatan di karang taruna Desa Wangun Harja.
 - b. Survei Kebutuhan, Pada mekanisme ini pelaksana kegiatan melakukan dialog kepada ketua karang taruna Desa Wangun Harja beserta jajaran terkait apa permasalahan dan kebutuhan yang diperlukan dengan memaparkan beberapa pilihan tema pengabdian dan menghasilkan kesepakatan tema yang akan disampaikan pada acara pelaksanaan pengabdian.
- 2) Tahapan Pelaksanaan
Ada beberapa tahapan dalam tahap ini, yang pertama adalah sambutan dan pengenalan dari pihak penyelenggara kegiatan oleh Abdul Latif, SE., MM selaku ketua pelaksana kegiatan serta anggota pelaksana kegiatan yaitu Erna Apriani, SM., MM, Zulfa Zakiatul Hidayah, SE., MM, Wiyarno, SKom., MKom dan Isarianto, SE., SKom., MKom. Yang kedua adalah sambutan ketua karang taruna Desa Wangun Harja yang diwakilkan oleh Irgi Casanova. Yang ketiga pemaparan materi dan studi kasus dengan tema "Manajemen Keuangan Pribadi" oleh Zulfa Zakiatul Hidayah, SE., MM dengan bidang keilmuan manajemen Keuangan. Materi kedua ialah "*Money Management*" oleh Abdul Latif, SE., MM dengan bidang keilmuan manajemen keuangan, praktek dilakukan dengan simulasi dan studi kasus. Materi yang ketiga ialah "Penguatan Media Sosial" yang dibawakan oleh Wiyarno, SKom., MKom dengan bidang keilmuan media sosial. Yang keempat materi "*The Power of Media Social*" yang disampaikan oleh Isarianto, SE., SKom., MKom dengan bidang keilmuan teknik informatika. Yang keempat evaluasi dan kesimpulan serta penutupan kegiatan oleh ketua karang taruna Desa Wangun Harja yaitu Irgi Casanova, dan ketua pelaksana oleh Abdul Latif, SE., MM.
- 3) Tahapan Evaluasi
Tahapan monitoring dan evaluasi dilaksanakan secara intensif oleh tim pelaksana pengabdian disetiap tahapan-tahapan rencana kegiatan agar dapat berjalan dengan maksimal. Evaluasi dilaksanakan seiring dengan tahapan-tahapan kegiatan agar setiap terjadi kendala tim pelaksana dapat menyelesaikan dengan efektif, tidak hanya itu, monitoring juga dilakukan terhadap kebutuhan lanjutan atau tambahan

dari peserta pengabdian dan ketua karang taruna agar proses pelaksanaan dapat berjalan dengan lancar dan hasil yang dapat memuaskan kedua belah pihak.

HASIL PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian ini terlaksana pada 06 Mei 2023 bertempat di aula kantor Desa Wangun Harja, Cikarang Utara, kabupaten Bekasi, kegiatan dihadiri oleh remaja Desa Wangun Harja serta pengurus karang taruna Desa Wangun Harja beserta jajarannya. Pelaksanaan kegiatan keseluruhan diikuti oleh dosen-dosen dari Universitas Pelita Bangsa lebih dari satu fakultas, kerjasama dan kolaborasi antara pihak penyelenggara dan mitra akan terus terjalin dan ditingkatkan dalam berbagai aspek permasalahan dan kebutuhan karang taruna Desa Wangun Harja selaku mitra, berikut berbagai hasil dari kegiatan yang telah terlaksana pada kegiatan ini,



Gambar 2. Sambutan dan Pembukaan Ketua Karang Taruna



Gambar 3. Sambutan dan Pembukaan Ketua Pelaksana Kegiatan

Pada gambar 2 dan 3. Merupakan tahapan awal perkenalan antara kedua belah pihak, yaitu tim pelaksana kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yaitu Abdul Latif, SE., MM selaku ketua pelaksana, dan anggota kegiatan Erna Apriani, SM., MM, Zulfa Zakiatul Hidayah, SE., MM, Wiyarno, SKom., MKom dan Isarianto, SE., SKom., MKom dan jajaran Karang Taruna Desa Wangun Harja selaku mitra kegiatan yang disampaikan oleh Bapak Irga Casanova. Penyampaian tujuan kegiatan ini oleh ketua pelaksana PKM, serta sambutan dan pembukaan kegiatan oleh ketua Karang Taruna Desa Wangun Harja. Capaian penilaian pada hasil materi ini hanya pemaparan materi, *sharing session* kemudian solusi dari pemateri, serta penguatan pemahaman dari materi yang disampaikan.



Gambar 4. Materi Pengelolaan Keuangan Pribadi

Pada gambar 4. Merupakan penyampaian materi pengelolaan keuangan, materi ini disampaikan oleh Zulfa Zakiatul Hidayah, SE., MM dalam bidang keilmuan manajemen keuangan. Manfaat dan pentingnya pemahaman bagaimana pengelolaan keuangan pribadi harus ditanamkan sejak dini agar menjadi kebiasaan yang positif dan produktif. Pada kesempatan ini peserta mulai memahami pentingnya kesadaran pengelolaan keuangan dari diri sendiri kemudian mereka paham arah atau manfaat dari seni pengelolaan keuangan pribadi ini. Kurangnya pemahaman manajemen keuangan ini ternyata didasari oleh faktor internal seperti keluarga, mereka bukan tidak mampu mengelola keuangan pribadi sampai menjadi barang produktif dimasa depan melainkan karena faktor ekonomi keluarga yang mengharuskan pengeluaran lebih besar dari pendapatan, serta lingkungan eksternal seperti pertemanan yang tidak sehat yang mengharuskan mereka mementingkan keinginan dari pada kebutuhan. Hasil yang didapat wawasan para peserta menjadi terbuka luas atas dasar kesadaran masa depan yang harus mereka perhatikan dan bertanggung jawabkan. Capaian penilaian pada hasil materi ini hanya pemaparan materi, *sharing session*, kemudian solusi dari pemateri, serta penguatan pemahaman dari materi yang disampaikan.



Gambar 5. Materi Money Management Organisasi

Pada gambar 5. Merupakan penyampaian materi *money management* organisasi, materi ini disampaikan oleh Abdul Latif, SE., MM dalam bidang keilmuan manajemen keuangan. Pada tahapan ini masih terkait pengelolaan keuangan pribadi yang harus dipahami dan dimiliki oleh para peserta kegiatan, hasil-hasil positif bagaimana terlaksananya pengelolaan keuangan secara efektif disajikan dengan studi kasus dan contoh-contoh tokoh besar di Indonesia yang sukses dalam ilmu keuangan ini sehingga memotivasi para peserta yang keseluruhan adalah anak muda generasi milenial dan gen z yang rata-rata masih tidak terfokus pada tujuan yang akan dicapai atau rencana yang akan diraih. Pada tahapan ini para peserta ditekankan agar terbuka wawasan dalam berinvestasi pada instrument investasi yang trend pada saat ini, seperti, reksa dana, saham, obligasi ritel, serta instrument investasi yang rill seperti investasi property, tanah, sawah, hewan ternak dan lain-lain, sehingga *mindset* para peserta terbuka untuk arah jangka Panjang bagi kehidupan yang layak dan mandiri. Hasil realisasi para peserta paham dampak positif berinvestasi dari hasil yang mereka dapat

dari pekerjaan, bukan hanya untuk kebutuhan hidup, gaya hidup, dan lain-lain, melainkan harus dimulai dengan menyisihkan pendapatan untuk ditabung, baik itu di instrument insvestasi non riil ataupun investasi yang riil sesuai yang mereka kehendaki. Capaian penilaian pada hasil materi ini hanya pemaparan materi, *sharing session*, kemudian solusi dari pemateri, serta penguatan pemahaman dari materi yang disampaikan.



Gambar 6. Materi Media Sosial Organisasi



Gambar 7. Materi Kekuatan Media Sosial

Pada gambar 6 dan 7. Pada tahapan ini peserta kegiatan diberikan penguatan dan pemahaman terkait dampak positif dan negative dari sosial media, serta kekuatan media sosial pada zaman digitalisasi yang disampaikan oleh Wiyarno, SKom., M.Kom dan Isarianto, SE.,SKom., MKom, baik penggunaan secara pribadi maupun penggunaan media sosial organisasi. Media sosial pada zaman digitalisasi saat ini sangat berperan penting bagi *image* individu maupun *brand* sebuah Lembaga atau organisasi. Pada tahapan ini berfokus bagaimana mengelola media sosial pribadi secara bijak, baik buat usaha maupun *image* personal, kemudian pengelolaan media sosial bagi organisasi yang baik dan efektif, serta memilih dan mengukur media sosial mana yang cocok bagi sebuah organisasi dan dapat memfasilitasi keseluruhan media informasi bagi organisasi. Pengelolaan media sosial dalam organisasi sangat diperlukan, mengingat semua aktivitas masyarakat di seluruh dunia sudah menggunakan jejaring internet dan media sosial, seperti berbelanja kebutuhan sehari-hari, belanja keinginan, dan banyak lagi aktivitas masyarakat yang sudah serba online. *Brand* atau *image* sebuah organisasi akan lebih familiar dengan peningkatan penggunaan media sosial, fenomena ini didasarkan hampir semua kalangan memiliki dan menggunakan *smartphone* dalam kehidupan sehari-hari, pengelolaan dan pembenahan media sosial karang taruna dilakukan pada kegiatan ini dengan menimbang dan mengevaluasi media sosial apa yang cocok dan tidak perlu digunakan lagi, sehingga penggunaannya lebih efektif. Hasil pada kegiatan ini penggunaan media sosial khususnya pada karang taruna jadi lebih baik dan menjadi contoh bagi organisasi lingkungan masyarakat lain dalam menggunakan dan memanfaatkan media sosial. Capaian penilaian pada hasil materi ini hanya pemaparan materi, *sharing session*, kemudian solusi dari pemateri, serta penguatan pemahaman dari materi yang disampaikan.



Gambar 8. Penyerahan Cenderamata



Gambar 9. Foto Bersama

Pada gambar 8 dan 9. Merupakan Sesi terakhir pada kegiatan ini ditutup dengan pemberian cenderamata oleh tim pelaksana kepada mitra Karang Taruna Desa Wangun Harja, serta sesi foto bersama. Pada akhir kegiatan dilakukan evaluasi bersama antara tim pelaksana dan mitra, dengan kesepakatan bersama memperbaiki yang kurang, dan mempertahankan atau meningkatkan yang sudah baik, serta jalinan mitra berkelanjutan. Hasil dari evaluasi masih ada beberapa kekurangan yang yang harus ditingkatkan seperti asesmen sebelum dan sesudah kegiatan, koordinasi kelengkapan kegiatan bagi peserta seperti laptop agarimbang dalam praktek. Hal yang sudah lebih baik dan positif pemikiran terkait dampak negatif kurangnya dalam mengelola keuangan, dampak positif dalam menabung dan investasi, penguatan dampak positif dan negatif dalam bermedia sosial, dan mengembangkan ide postingan media sosial karang taruna.

KESIMPULAN

Berlandaskan pada analisis situasi, serta solusi yang diberikan tim pengabdian kepada masyarakat kepada mitra mendapatkan kesimpulan, yaitu: pertama pengetahuan dan pemahaman terkait manajemen keuangan pribadi pada peserta kegiatan berjalan dengan baik, dapat memahami materi dengan baik, memahami pentingnya pengelolaan keuangan yang baik, dan memahami risiko dari tidak baiknya pengelolaan keuangan, pengukuran pemahaman dilakukan dengan studi kasus pada masing-masing peserta kegiatan. Kedua, pemahaman *money management* pada peserta kegiatan mulai terbentuk dengan mengidentifikasi risiko-risiko dari dampak negatif tidak diterapkannya *money management*, sehingga para peserta memahami porsi dari persentase setiap pengeluaran, pengukuran pemahaman dilakukan dengan studi kasus pada masing-masing peserta kegiatan. Ketiga penguatan pada media sosial karang taruna berjalan dengan baik, pembenahan pada pemilahan sosial media yang cocok bagi karang taruna, seperti Instagram, facebook, tiktok, dan youtube serta pemahaman konten dan bahan yang menarik dan penyampaian informasi yang kooperatif. Keempat pemahaman terkait kekuatan dari media sosial, pemahaman ini dalam bentuk perbaikan pada media sosial karang taruna dan studi kasus pada era digitalisasi, media sosial karang taruna sebagai pusat informasi pada karang taruna Desa Wangun Harja

diaktifkan kembali dalam memudahkan pengguna informasi, dan karang taruna dalam informasi yang harus disampaikan, serta seluruh aktivitas karang taruna pada media sosial.

PUSTAKA

- Alyusi, S. D. (2019). *Media sosial: Interaksi, identitas dan modal sosial*. Prenada Media.
- Anggoro, A. D., Susanto, H., Arifin, R., Nugroho, O. C., Purwati, E., & Ridho, I. N. (2023). Pemanfaatan Media Publikasi Dalam Promosi Potensi Desa Di Ponorogo. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 7(1). <http://dx.doi.org/10.58258/jisip.v7i1.4385>
- Apriani, E., Latif, A., & Hidayah, Z. Z. (2022). Literasi Investasi Digital pada Pasar Modal Indonesia di Lingkungan Desa Tambaksari. *Majalah Ilmiah UPI YPTK*, 127–133. <https://doi.org/10.35134/jmi.v29i2.129>
- Astuti, P. A. A., Athallariq, M. I., Febbyani, A. W., Islamiyah, J. S., Nurfiansyah, D., & Putra, T. S. O. (2023). Optimization of Social Media as Media Promotion of Historical Tourist Destination in Surabaya. *Prospect: Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 2(1), 23–35. <https://doi.org/10.55381.v2i1.85>
- Bastian, I. (2021). *Manajemen Keuangan Publik*. Penerbit Andi.
- Dwihantoro, P., Susanti, D., Sukmasetya, P., & Faizah, R. (2023). Digitalisasi Kesenian Njanen: Strategi Pelestarian Kebudayaan Melalui Platform Sosial Media. *Madaniya*, 4(1), 156–164. <https://doi.org/10.53696/27214834.363>
- Febriani, T. R., & Handayani, N. (2023). TRANSPARANSI DAN AKUNTABILITAS PENGELOLAAN KEUANGAN DESA WAHAS KECAMATAN BALONGPANGGANG KABUPATEN GRESIK. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 12(2).
- Febrianti, M., Arfania, M., & Frianto, D. (2023). PENERAPAN SOSIAL MEDIA SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN UMKM TELUR ASIN PAK DAPIN DI DESA KUTAGANDOK. *ABDIMA JURNAL PENGABDIAN MAHASISWA*, 2(1), 4354–4366.
- Keown et al. (2013). *Manajemen Keuangan. Edisi Sepuluh Jilid 1*. Indeks.
- Paramita, F. B. A. C., Ayuningrum, N. G., Putra, R. B. A., & Amadea, A. (2023). Optimalisasi Produksi Konten Kreatif Media Sosial sebagai Sarana Promosi Kampung Adat Segunung Carangwulung Jombang. *Tepis Wiring: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 36–51. <https://doi.org/10.33379/tepiswiring.v2i1.1903>
- Pontoan, K. A., Merung, Y. A., Kelana, G., & Lengkong, M. R. (2021). Peningkatan Kapasitas Petani Pada Masa Pandemi Covid-19 Melalui Pelatihan Manajemen Keuangan & Pemasaran Digital. *COMSERVA: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 1(5), 178–186. <https://doi.org/10.59141/comserva.v1i5.28>
- Prajarini, D. (2020). *Media Sosial Periklanan-Instagram*. Deepublish
- Pratami, N. W. C. A., Damayanthi, N. P. D., & Riawan, N. M. S. (2019). Pelatihan Manajemen Keuangan Dan Pemasaran Online Pada Usaha Havana Cake. *Jurnal Publika Pengabdian Masyarakat*, 1(02), 1–6. <https://doi.org/10.30873/jppm.v1i02.1968>
- Puspita, D., Anggraeni, L., Ardiansyah, A., Rahmatullah, D., Asid-Qi, M., & Asrori, K. (2023). Sosialisasi Strategi Pemasaran Produk Melalui Media Sosial bagi Pelaku UMKM. *Journal Of Indonesian Social Society (JISS)*, 1(1), 7–10.

Syarifudin, S., Nurfatimah, S. N., & Wiharno, H. (2023). Pelatihan Pengelolaan Keuangan Keluarga dalam Rangka Meningkatkan Literasi Keuangan di Desa Kasturi. *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(01), 34–40. <https://doi.org/10.25134/empowerment.v6i01.7389>

Format Sitasi: Latif, A., Apriani, E., Hidayah, Z.Z., Wiyarno & Isarianto. Penguatan Manajemen Keuangan dan Media Sosial Pada Karang Taruna Desa Wangun Harja. *Reswara. J. Pengabdian Kpd. Masy.* 4(2): 1221-1230. DOI: <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v4i2.3211>



Reswara: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat oleh Universitas Dharmawangsa Artikel ini bersifat open access yang didistribusikan di bawah syarat dan ketentuan dengan Lisensi Internasional Creative Commons Attribution NonCommercial ShareAlike 4.0 ([CC-BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/))