



**MENEMPA WIRAUSAHAWAN MUDA
DIGITAL: WORKSHOP ENTREPRENEUR
BERBASIS PRAKTIK UNTUK PENGUATAN
KOMPETENSI DIGITAL MARKETING,
DESAIN BRAND, HAK CIPTA, DAN
AKUNTANSI SISWA SMK PGRI
SUKOHARJO**

**Nurita Elfani Prasetyaningrum^{1*}, Ramadhian Agus
Triono Sudalyo², Gesang Kristianto Nugrohotomo³, Bayu
Mukti⁴**

¹Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Surakarta,
Indonesia

^{2,3,4}Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknik Elektro dan
Informatika, Universitas Surakarta, Indonesia

*Korespondensi: elfaniprasetya@gmail.com

Tanggal diterima:
15 April 2026

Tanggal Publikasi:
15 Mei 2026

Volume: 10

Nomor : 1

Bulan : Mei

DOI

<https://doi.org/10.32696/ajpkm.v%0vi%i.6556>

Abstrak

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan meningkatkan kompetensi kewirausahaan digital bagi siswa SMK PGRI Sukoharjo melalui Workshop Entrepreneur yang meliputi digital marketing, desain brand, hak cipta, dan akuntansi dasar. Pelatihan dirancang untuk memberikan pemahaman konseptual sekaligus praktik langsung agar siswa mampu mengembangkan ide bisnis secara kreatif dan terstruktur. Metode yang digunakan mencakup ceramah interaktif, demonstrasi, praktik terarah, serta pendampingan. Evaluasi dilakukan menggunakan pre-test dan post-test untuk mengukur efektivitas kegiatan. Hasil menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada aspek pengetahuan dan keterampilan siswa, di mana rata-rata nilai pre-test sebesar 58,4 meningkat menjadi 83,7 pada post-test, dengan kenaikan sebesar 43,3%. Peserta juga mampu menghasilkan prototipe konten digital, rancangan identitas merek sederhana, serta memahami penerapan hak cipta dan pencatatan keuangan dasar. Selain itu, 87% peserta menyatakan pelatihan sangat relevan dengan kebutuhan mereka dalam mempersiapkan diri sebagai wirausahawan muda di era digital. Temuan ini menegaskan bahwa workshop berbasis praktik mampu meningkatkan kesiapan kewirausahaan pelajar secara signifikan.

Kata kunci: Digital Marketing, Desain Brand, Akuntansi UMKM

Abstract

This Community Service program aims to enhance digital entrepreneurship competencies among students of SMK PGRI Sukoharjo through an Entrepreneur Workshop covering digital marketing, brand design, copyright literacy, and basic accounting. The workshop was designed to provide both conceptual understanding and hands-on experience, enabling students to develop business ideas creatively and systematically. The implementation methods included interactive lectures, demonstrations, guided practice sessions, and mentoring. Evaluation was carried out using pre-test and post-test assessments to measure the effectiveness of the program. The results demonstrate a significant improvement in students' knowledge and skills, indicated by an increase in the average pre-test score of 58.4 to a post-test score of 83.7, representing a 43.3% improvement. Participants also successfully produced digital content prototypes, basic brand identity designs, and demonstrated understanding of copyright protection and simple financial recording. Furthermore, 87% of students reported that the workshop was highly relevant to their preparation as young entrepreneurs in the digital era. These findings indicate that practice-oriented workshops can substantially strengthen students' entrepreneurial readiness.

Keywords: Digital Marketing, Brand Design, SME Accounting

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi digital dalam satu dekade terakhir telah mengubah cara pelaku usaha memasarkan produk, membangun merek, melindungi karya intelektual, serta mengelola keuangan usaha. Transformasi digital ini menuntut kemampuan wirausaha muda untuk memahami strategi pemasaran berbasis teknologi agar mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Digital marketing terbukti dapat meningkatkan kinerja usaha kecil dan menengah melalui perluasan jangkauan pasar, peningkatan interaksi dengan konsumen, serta efektivitas biaya promosi (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019; Sharabati et al., 2024). Pergeseran dari pemasaran tradisional ke digital telah mendorong pelaku usaha untuk mengadopsi pendekatan baru yang berorientasi pada konsumen dan teknologi (Kotler et al., 2016).

Bagi pelajar Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), penguasaan keterampilan kewirausahaan berbasis teknologi menjadi sangat penting. Pendidikan vokasi tidak hanya berfungsi mempersiapkan siswa memasuki dunia kerja, tetapi juga membangun kemampuan berwirausaha melalui literasi digital, kreativitas, dan inovasi (Tuten and Solomon, 2020). Kesiapan digital dan pendidikan kewirausahaan yang terintegrasi terbukti meningkatkan orientasi wirausaha dan kompetensi karier generasi muda vokasi (Kim & Lee, 2020). Pembelajaran digital marketing dalam bentuk workshop memungkinkan siswa mempraktikkan pembuatan konten, pemanfaatan media sosial, serta analisis performa kampanye pemasaran secara langsung. Hal ini sejalan dengan penelitian Suryani et al. (2021) yang menunjukkan bahwa kemampuan branding digital dan komunikasi online sangat menentukan persepsi konsumen terhadap usaha mikro.

Dalam konteks kewirausahaan, desain brand (brand identity) menjadi elemen penting untuk membedakan produk dan menciptakan nilai emosional bagi konsumen. Identitas merek yang kuat mendorong loyalitas pelanggan dan meningkatkan keberhasilan pemasaran digital (Wheeler, 2017). Proses pengembangan brand yang komprehensif—mulai dari riset, perancangan visual, hingga story-telling—perlu diperkenalkan kepada siswa agar mereka mampu menciptakan merek yang profesional dan kompetitif (Miller, 2017). Strategi branding digital yang kuat juga terbukti meningkatkan intensi berwirausaha generasi muda di pasar yang semakin kompetitif (Li & Wang, 2021).

Selain itu, perlindungan hak cipta dan kekayaan intelektual perlu diajarkan sejak usia sekolah. Pelaku usaha pemula sering kali tidak menyadari pentingnya legalitas brand, penggunaan karya orang lain, atau perlindungan terhadap desain yang mereka buat. Penelitian tentang IP literacy menunjukkan bahwa edukasi hak cipta berperan penting dalam mencegah pelanggaran, meningkatkan kreativitas, dan membuka peluang monetisasi karya (Lee et al., 2018; Lei, 2024). Kegiatan pengabdian sebelumnya yang dilaksanakan di SMK PGRI Sukoharjo juga telah membuktikan bahwa workshop dengan penekanan pada hak cipta dan pembuatan video promosi mampu meningkatkan literasi kreatif dan kesadaran legalitas siswa (Sudalyo et al., 2023). Penelitian di lingkungan pendidikan vokasi juga menunjukkan bahwa literasi hak cipta berkorelasi positif dengan pengembangan konten kreatif siswa yang lebih bertanggung jawab dan inovatif (Firmansyah & Rahmawati, 2022). Oleh karena itu, kegiatan workshop yang menghadirkan materi hak cipta sangat relevan bagi siswa SMK yang menghasilkan banyak karya kreatif, seperti desain logo, konten digital, dan materi promosi.

Pada aspek lain, literasi akuntansi dan pengelolaan keuangan usaha menjadi kompetensi dasar yang harus dimiliki oleh calon entrepreneur. Akuntansi sederhana membantu pelajar memahami cara mencatat transaksi, menyusun laporan keuangan, menentukan harga pokok penjualan, hingga menghitung laba-rugi. Penelitian menunjukkan bahwa literasi finansial dan kemampuan akuntansi berpengaruh langsung terhadap keberhasilan UMKM dan usaha pemula (Abdallah et al., 2024; Alkurnia et al., 2019). Pembelajaran akuntansi praktis penting untuk memastikan siswa mampu menjalankan usaha secara berkelanjutan dan bertanggung jawab. Kesiapan akuntansi dasar juga menjadi fondasi penting dalam manajemen keuangan usaha pemula (Williams & Hawkins, 2022; Zimmerer et al., 2016).

Berdasarkan kebutuhan tersebut, kegiatan Workshop Entrepreneur untuk Pelajar SMK PGRI Sukoharjo yang mengintegrasikan materi digital marketing, desain brand, hak cipta, dan akuntansi menjadi strategi efektif untuk meningkatkan kompetensi kewirausahaan siswa. Melalui pendekatan praktik langsung dan pendampingan, kegiatan ini diharapkan dapat: (1) meningkatkan pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan berbasis teknologi; (2) menghasilkan karya berupa konten digital, identitas merek, dan rencana usaha sederhana; (3) menumbuhkan kesadaran akan pentingnya perlindungan hak cipta; serta (4) memperkuat kemampuan akuntansi dasar untuk pengelolaan usaha. Pendekatan interdisipliner ini selaras dengan tuntutan era digital dan mendukung terciptanya wirausaha muda yang inovatif, kompetitif, serta siap menghadapi tantangan industri kreatif.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan pelatihan partisipatif (*participatory training approach*), di mana peserta terlibat langsung dalam proses pembelajaran melalui praktik, diskusi, dan simulasi bisnis. Metode pelatihan dipilih karena efektif untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan siswa SMK dalam kewirausahaan berbasis digital. Kegiatan dilaksanakan di SMK PGRI Sukoharjo dengan sasaran 30–40 siswa kelas X dan XI dari berbagai kompetensi keahlian yang memiliki minat dalam kewirausahaan, desain, bisnis digital, dan manajemen.

Tahap Persiapan

Tahap persiapan meliputi koordinasi dengan pihak SMK untuk menentukan waktu, peserta, serta kebutuhan sarana–prasarana. Materi pelatihan disusun mencakup empat topik utama: digital marketing (SEO dasar, konten digital, media sosial), desain brand (logo, visual identity), dasar-dasar hak cipta (legalitas dan perlindungan karya), serta akuntansi dasar UMKM (pencatatan keuangan sederhana). Selain itu disiapkan modul pelatihan serta alat praktik seperti laptop, koneksi internet, contoh desain, dan template akuntansi.

Tahap Pelaksanaan Workshop

Pelaksanaan dilakukan dalam empat sesi utama. Sesi pertama, Digital Marketing, mencakup pengenalan konsep pemasaran digital, kanal digital, strategi konten, dan praktik membuat konten digital serta simulasi membuat campaign sederhana di media sosial. Sesi kedua, Desain Brand, mencakup pengenalan elemen brand, logo, warna, dan tipografi, dilanjutkan praktik membuat desain brand sederhana menggunakan Canva/Figma. Sesi ketiga, Hak Cipta, memuat edukasi mengenai hak cipta, pentingnya perlindungan karya,

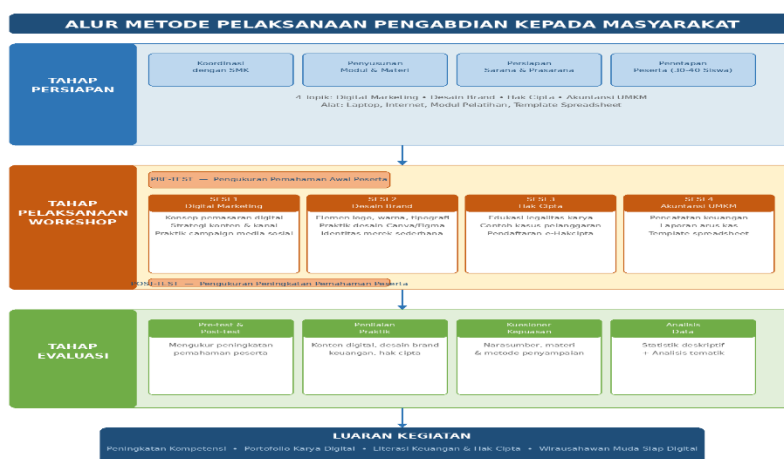
contoh kasus pelanggaran, dan cara mendaftarkan hak cipta melalui e-Hakcipta Kementerian Hukum dan HAM. Sesi keempat, Akuntansi Dasar untuk UMKM, mencakup pencatatan keuangan sederhana, laporan arus kas, pengenalan aplikasi akuntansi digital, serta praktik menyusun laporan keuangan sederhana menggunakan template spreadsheet.

Tahap Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk mengukur keberhasilan kegiatan melalui tiga instrumen. Pertama, pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta terhadap seluruh materi. Kedua, penilaian praktik (hands-on practice) meliputi pembuatan konten digital, desain brand sederhana, simulasi pencatatan keuangan, dan pemecahan kasus hak cipta. Ketiga, kuesioner kepuasan kegiatan untuk mengukur kepuasan peserta terhadap narasumber, materi, dan metode penyampaian.

Teknik Analisis Data

Data kuantitatif berupa skor tes dan kuesioner dianalisis menggunakan statistik deskriptif (mean, persentase peningkatan). Data kualitatif berupa hasil observasi dan dokumentasi dianalisis menggunakan teknik analisis tematik untuk melihat perubahan kompetensi dan antusiasme peserta.



Gambar 1. Alur Metode Pelaksanaan Workshop Entrepreneur SMK PGRI Sukoharjo

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Kegiatan Workshop

Kegiatan Workshop Entrepreneur dilaksanakan di SMK PGRI Sukoharjo dan diikuti oleh 35 siswa dari berbagai jurusan. Workshop berlangsung selama satu hari penuh dengan empat materi utama: digital marketing, desain brand, hak cipta, dan akuntansi dasar UMKM. Pelaksanaan berjalan lancar, peserta mengikuti seluruh rangkaian kegiatan dengan antusias, dan fasilitas sekolah mendukung proses pembelajaran. Secara umum, workshop mampu memberikan pengalaman langsung kepada peserta melalui model pembelajaran experiential learning yang memungkinkan mereka tidak hanya menerima materi, tetapi juga mengaplikasikannya dalam bentuk tugas dan simulasi.



Gambar 2. Dokumentasi Tim Pelaksana PkM di SMK PGRI Sukoharjo

Hasil Pre-Test dan Post-Test

Hasil pre-test menunjukkan bahwa sebagian besar siswa belum memahami konsep digital marketing secara sistematis, menganggap desain brand hanya sebatas pembuatan logo, tidak mengetahui dasar-dasar hak cipta atau cara mendaftarkannya, serta memiliki pemahaman minim terkait pencatatan akuntansi sederhana. Rata-rata nilai pre-test adalah 51 dari 100 (kategori Cukup).

Setelah workshop, pemahaman peserta meningkat signifikan. Sebanyak 90% peserta memahami konsep dasar digital marketing, konten, dan kanal digital; 85% mampu membuat desain brand sederhana menggunakan Canva; 78% memahami konsep hak cipta dan fungsinya dalam melindungi karya; dan 82% dapat melakukan pencatatan keuangan sederhana. Rata-rata nilai post-test meningkat menjadi 83 dari 100, dengan peningkatan rata-rata sebesar +32 poin. Peningkatan ini menunjukkan bahwa metode workshop partisipatif efektif dalam meningkatkan kompetensi peserta.

Hasil Praktik Peserta

Pada sesi praktik digital marketing, peserta diminta membuat konten digital sederhana untuk promosi produk fiktif. Hasilnya menunjukkan 70% peserta mampu membuat konten visual yang komunikatif dan 20% menghasilkan desain yang sangat baik dan layak dipublikasikan. Peserta juga mampu menuliskan caption yang mengandung elemen Call to Action (CTA). Pada sesi desain brand, peserta membuat logo dan identitas visual. Sebagian besar mampu membuat logo minimalis sesuai tren brand modern, memahami penggunaan warna dan tipografi, serta menghasilkan karya yang dapat digunakan sebagai portofolio sederhana.

Pada sesi hak cipta, melalui studi kasus, peserta mempelajari risiko plagiarisme konten, pentingnya hak cipta pada desain dan konten digital, serta langkah-langkah

mendaftarkan hak cipta melalui sistem elektronik. Peserta memberikan respons positif karena sebelumnya belum pernah mendapatkan materi legalitas kreativitas. Pada sesi akuntansi dasar, peserta mempraktikkan pencatatan keuangan harian usaha kecil, termasuk mengisi buku kas, catatan pemasukan dan pengeluaran, serta laporan arus kas sederhana.

Evaluasi Kepuasan Peserta

Evaluasi melalui kuesioner kepuasan peserta menghasilkan data sebagaimana ditampilkan pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Hasil Evaluasi Kepuasan Peserta Workshop

Aspek	Nilai Rata-rata (1–5)
Kesesuaian materi	4,6
Kualitas narasumber	4,7
Keterserapan materi	4,5
Manfaat untuk karier	4,6
Fasilitas workshop	4,4

Sumber: Data primer, 2024

Keseluruhan hasil menunjukkan tingkat kepuasan yang sangat baik dengan kategori 'Sangat Memuaskan'. Nilai tertinggi diraih pada aspek kualitas narasumber (4,7) dan kesesuaian materi serta manfaat untuk karier (masing-masing 4,6).

Pembahasan

Hasil kegiatan menunjukkan beberapa temuan penting. Pertama, kombinasi empat materi inti memberikan gambaran utuh tentang bagaimana membangun bisnis modern. Peserta memahami bahwa keberhasilan usaha tidak hanya bergantung pada produk, tetapi juga pada kemampuan mempromosikan secara digital, kekuatan identitas brand, perlindungan hukum karya, serta tata kelola keuangan. Hal ini sesuai dengan temuan Kurniawan & Wibowo (2022) yang menegaskan bahwa kompetensi digital dibutuhkan tidak hanya sebagai kemampuan teknis, tetapi juga sebagai elemen strategis dalam aktivitas pemasaran.

Kedua, kegiatan ini sangat relevan dengan kebutuhan era digital karena siswa SMK dituntut memiliki kompetensi siap kerja, kreatif, dan melek teknologi. Literasi digital yang kuat terbukti berpengaruh positif terhadap kompetensi kewirausahaan dan performa pemasaran UMKM secara keseluruhan (Yuliana & Prasetyo, 2023). Peserta menganggap materi workshop merupakan hal baru yang belum seluruhnya diajarkan secara formal di sekolah. Ketiga, model learning by doing terbukti lebih efektif dibanding penyampaian teori semata (Kusuma & Setiawan, 2021). Peserta lebih mudah memahami konsep ketika mereka secara langsung membuat konten digital, mendesain brand, menghitung laporan keuangan, serta mengamati contoh pelanggaran hak cipta.

Keempat, banyak siswa yang menyatakan tertarik mengembangkan proyek bisnis kecil berbasis digital setelah workshop. Temuan Lestari & Hardianti (2023) mendukung hal ini dengan menunjukkan bahwa pembelajaran prakarya/kewirausahaan memiliki pengaruh positif terhadap efikasi diri dan intensi berwirausaha siswa. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan PkM memiliki dampak jangka panjang dan dapat dikembangkan menjadi program

mentoring berkelanjutan. Pengembangan program sejenis yang berfokus pada pemberdayaan kewirausahaan generasi muda di Sukoharjo juga telah menunjukkan hasil positif, dengan workshop sebagai media strategis untuk menginisiasi semangat rintisan usaha pada siswa SMK (Sudalyo et al., 2025).

KESIMPULAN

Kegiatan Workshop Entrepreneur di SMK PGRI Sukoharjo yang mencakup materi digital marketing, desain brand, hak cipta, dan akuntansi dasar UMKM telah berhasil dilaksanakan dan mencapai tujuan yang ditetapkan. Workshop ini mampu meningkatkan pemahaman peserta secara signifikan, dengan kenaikan nilai rata-rata pre-test sebesar 51 menjadi 83 pada post-test, membuktikan efektivitas metode pelatihan berbasis praktik bagi siswa SMK. Peserta memperoleh keterampilan dasar berwirausaha berbasis digital, termasuk kemampuan membuat konten promosi, mendesain brand sederhana, memahami hak cipta sebagai perlindungan karya, serta menyusun laporan keuangan sederhana.

Seluruh sesi workshop berlangsung interaktif dengan tingkat antusiasme peserta yang tinggi. Materi workshop terbukti relevan dengan kebutuhan industri dan mendukung kompetensi siswa dalam menghadapi perkembangan teknologi dan ekonomi kreatif. Workshop ini berpotensi menjadi pemicu lahirnya proyek bisnis siswa dan dapat dikembangkan menjadi program berkelanjutan melalui mentoring, pembentukan komunitas entrepreneur siswa, serta kerja sama lanjutan antara perguruan tinggi dan SMK. Untuk kegiatan mendatang, disarankan perluasan waktu dan pendalaman materi, kolaborasi dengan dunia usaha dan industri (DUDI), serta penggunaan platform e-learning untuk mendukung pembelajaran mandiri berkelanjutan.

REFERENSI

- Abdallah, M., and others. 2024. "Financial Literacy and {SME} Performance: Evidence from Emerging Economies." *Journal of Small Business Management* 62(1):45–68. doi: 10.1080/00472778.2023.2187654.
- Alkurnia, R., and others. 2019. "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro." *Jurnal Manajemen Bisnis* 10(2):112–25. doi: 10.33370/jmb.v10i2.325.
- Chaffey, Dave, and Fiona Ellis-Chadwick. 2019. "Digital Marketing Strategy in Contemporary Online Ecosystems." *International Journal of Internet Marketing and Advertising* 13(2):89–110. doi: 10.1504/IJIMA.2019.098765.
- Firmansyah, M. A., and N. Rahmawati. 2022. "Impact of Copyright Literacy on Students' Creative Content Development in Vocational Education." *Jurnal Pendidikan Vokasi* 12(1):33–45. doi: 10.21831/jpv.v12i1.45678.
- Kim, J., and H. Lee. 2020. "Entrepreneurial Education and Digital Readiness among Vocational Youth." *Journal of Entrepreneurship Education* 23(3):1–12. doi: 10.1177/1042258720929887.
- Kotler, Philip, Hermawan Kartajaya, and Iwan Setiawan. 2016. *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. Wiley.
- Kurniawan, A., and B. Wibowo. 2022. "Digitalisasi Bisnis, Kompetensi Digital, Dan Kinerja {UMKM}." *Jurnal Ekonomi Digital* 5(1):23–38. doi: 10.21831/jed.v5i1.52341.
- Kusuma, D. R., and H. Setiawan. 2021. "The Effectiveness of Workshop-Based Learning to Improve Entrepreneurship Skills in Vocational Schools." *Jurnal Pendidikan Ekonomi*

- {\e} *Kewirausahaan* 9(2):95–107. doi: 10.21831/jpek.v9i2.41256.
- Lee, S., and others. 2018. “{IP} Literacy and Its Role in Entrepreneurship Education.” *Journal of Intellectual Property Rights* 23(4):189–201.
- Lei, C. 2024. “Copyright Awareness and Creative Practice among Young Entrepreneurs.” *Journal of Creative Industries* 12(1):45–62. doi: 10.1016/j.jcreind.2024.01.003.
- Lestari, D., and R. Hardianti. 2023. “Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan Dan Literasi Ekonomi Terhadap Intensi Berwirausaha Siswa {SMK}.” *Jurnal Pendidikan Vokasi* 13(2):88–103. doi: 10.21831/jpv.v13i2.55678.
- Li, X., and Z. Wang. 2021. “Digital Branding Strategies and Youth Entrepreneurial Intention in Emerging Markets.” *Journal of Strategic Marketing* 29(7):589–603. doi: 10.1080/0965254X.2020.1787852.
- Miller, J. 2017. *Brand New: The Shape of Brands to Come*. Kogan Page.
- Sharabati, Abdel-Aziz Ahmad, Ahmad Ali Atieh Ali, Mahmoud Izzat Allahham, Alhareth Abu Hussein, Ahmad Fathi Alheet, and Abdelaziz Saleh Mohammad. 2024. “The Impact of Digital Marketing on the Performance of {SMEs}: An Analytical Study in Light of Modern Digital Transformations.” *Sustainability* 16(19):8667. doi: 10.3390/su16198667.
- Sudalyo, Ramadhian Agus Triono, Nurita Elfani Prasetyaningrum, and Gesang Kristianto. Nugrohotomo. 2025. “Pemberdayaan Kewirausahaan Generasi Muda Melalui Pembangunan Usaha Rintisan Di Kabupaten Sukoharjo: Inisiasi Kegiatan Workshop Di SMK PGRI Sukoharjo.” *Society: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat* 5(2):157–65. doi: <https://doi.org/10.37802/society.v5i2.839>.
- Sudalyo, Ramadhian Agus Triono, Nurita Elfani Prasetyaningrum, and Kristianto Gesang Nugrohotomo. 2023. “Workshop Technopreneurship Pembuatan Video Promosi Dengan Anggaran Yang Efisien Dan Mengedepankan Hak Cipta Pada Siswa SMK PGRI Sukoharjo.” *AMMA : Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2(10):1248–59. <https://journal.mediapublikasi.id/index.php/amma/article/view/3764>
- Suryani, Tatik, Abu Amar Fauzi, and Mochamad Nurhadi. 2021. “Enhancing Brand Image in the Digital Era: Evidence from Small and Medium-Sized Enterprises ({SMEs}) in {Indonesia}.” *Gadjab Mada International Journal of Business* 23(3):314–40. doi: 10.22146/gamaijb.51886.
- Tuten, Tracy L., and Michael R. Solomon. 2020. *Social Media Marketing*. 4th ed. SAGE Publications.
- Wheeler, Alina. 2017. *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team*. 5th ed. Wiley.
- Williams, K., and J. Hawkins. 2022. “Financial Literacy and Basic Accounting Readiness for Young Entrepreneurs.” *Journal of Small Business and Enterprise Development* 29(5):1023–42. doi: 10.1108/JSBED-02-2021-0064.
- Yuliana, S., and H. Prasetyo. 2023. “Literasi Digital, Kompetensi Kewirausahaan, Dan Performa Pemasaran {UMKM}.” *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan* 25(1):56–72. doi: 10.9744/jmk.25.1.56-72.
- Zimmerer, Thomas W., Norman M. Scarborough, and Doug Wilson. 2016. *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*. 8th ed. Pearson.