

**WORKSHOP DIGITAL MARKETING DAN PENYUSUNAN LAPORAN
KEUANGAN BAGI SISWA SMKN 51 JAKARTA**

Mila Indriastuti

Universitas Muhamadiyah Prof Dr. Hamka
mila_indriastuti@uhamka.ac.id

Deni Adha Akbari

Universitas Muhamadiyah Prof Dr. Hamka
deni@uhamka.ac.id

Atsna Virayani Yusriy Widarey

Universitas Muhamadiyah Prof Dr. Hamka
atsnavirayani@gmail.com

Galang Maulana

Universitas Muhamadiyah Prof Dr. Hamka
galangmedan999@gmail.com

Afdila Munawati

Universitas Muhamadiyah Prof Dr. Hamka
afdilamunawati@gmail.com

Piedra Volada Maynard Chassman

Universitas Muhamadiyah Prof Dr. Hamka
piedramaynard@gmail.com

Anisa Dwi Fahrini

Universitas Muhamadiyah Prof Dr. Hamka
anisafahrani@gmail.com

ABSTRACT

In facts, two thirds of Gen-Z or millennials in Asia Pacific have a dream of becoming an entrepreneur. Therefore, the focus of the world of education today is to provide skills for the younger generation to become entrepreneurs, especially for vocational high schools. Digital marketing skills and the preparation of financial reports are the keys to success in winning business competition. Therefore, the community service is focused on providing digital marketing workshops and preparing financial reports both manually and digitally. The object is students majoring in accounting at SMKN 51 Jakarta. The results of the workshop conducted by the PKM 27 Uhamka team proved to have a significant impact on students' abilities in entrepreneurship using digital marketing technology and preparing financial reports. There was an increase in the score of more than 80% in the post-test carried out by SMKN 51 Jakarta students.

Keywords: *Digital marketing, Financial Reporting, Entrepreneur, Gen-Z*

ABSTRAK

Fakta menunjukkan bahwa dua pertiga generasi Z atau milenial di asia pasifik memiliki mimpi menjadi wirausahawan. Oleh karena itu, fokus dunia Pendidikan saat ini adalah memberikan keterampilan bagi generasi muda untuk ber-wirausaha, khususnya bagi sekolah menengah kejuruan. Kemampuan digital marketing serta penyusunan laporan keuangan yang baik merupakan kunci sukses dalam memenangkan kompetisi bisnis. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini difokuskan untuk memberikan seminar pemasaran digital dan penyusunan laporan keuangan baik secara manual maupun digital. Objek pengabdian masyarakat ini adalah siswa jurusan akuntansi SMKN 51 Jakarta. Hasil dari workshop yang dilakukan oleh tim PKM 27 Uhamka terbukti memiliki *impact* signifikan pada kemampuan siswa dalam berwirausaha menggunakan teknologi pemasaran digital dan penyusunan laporan keuangan. Hal ini dibuktikan dengan adanya peningkatan pemahaman siswa atas materi yang disampaikan dengan skor lebih dari 80%.

Kata kunci: Pemasaran Digital, Laporan Keuangan, Wirausaha, Generasi Z

PENDAHULUAN

Fakta menunjukkan bahwa 72% generasi Z atau milenial di asia pasifik memiliki mimpi menjadi wirausahawan (Kontan, 2021). Oleh karena itu, fokus dunia Pendidikan saat ini adalah memberikan keterampilan bagi generasi muda untuk ber-wirausaha, khususnya bagi sekolah menengah kejuruan. (Isrososiawan, 2013) menyebutkan bahwa dalam dunia pendidikan, kewirausahaan mampu membentuk manusia secara utuh, yaitu insan yang memiliki karakter, pemahaman serta keterampilan secara holistic. Pemerintah dalam hal ini, sudah memberikan Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan (KTSP) yang berbeda bagi SMK, yaitu materi teori serta praktik yang bertujuan untuk melatih keterampilan serta pengalaman secara langsung dalam menjalankan suatu usaha yang sebenarnya (Astuti & Sukardi, 2013). Selain pemahaman materi, karakter jujur, disiplin, kemandirian, komitmen, inovatif dan berani, indikator lain seperti kemampuan melihat peluang, paham teknologi, inovatif, sumber daya manusia yang mumpuni merupakan kunci kesuksesan bagi wirausahawan muda di masa industri 4.0 (Prasetyo, 2020). Pada masa digital seperti saat ini, kemampuan teknologi merupakan hal yang mutlak jika akan menang dalam suatu kompetisi bisnis. Digital marketing merupakan bentuk pemasaran bisnis digital yang

memberikan peranan yang sangat penting bagi pengusaha untuk memasarkan produk atau jasanya di era globalisasi ini. Digital marketing merupakan *platform* yang digunakan oleh pengelola bisnis, pengusaha, investor, mikro, perusahaan berbasis produk, dan unit lainnya untuk mempromosikan produk atau jasa yang mereka tawarkan (Chole & Dharmik, 2018) dan saat ini banyak diminati oleh masyarakat. Salah satu keuntungan pemasaran secara digital adalah luasnya jangkauan yang melebihi pemasaran offline (Lindawati et al., 2020). Pemasaran digital dikatakan unggul karena tidak lagi mempertimbangkan konsep jarak dan waktu untuk menjangkau konsumen karena adanya dukungan teknologi internet yang semakin canggih. Konsumen cukup memiliki sebuah ponsel canggih dan berbagai alat komunikasi lainnya untuk melihat promosi produk dalam pemasaran digital (Kusniadji, 2018). Interaksi dengan konsumen dilakukan melalui email, facebook, whatsapp, instagram dan lainnya sebagai media komunikasi dalam proses transaksi bisnis. Media yang sering digunakan dalam masyarakat ini lah yang membuat pemasaran digital semakin luas jangkauannya. Selain karakter unggul dan pemasaran digital, pengelolaan dan penyusunan keuangan yang memadai dan sistematis menjadi kunci penting bagi keberhasilan suatu bisnis (Siagian & Indra, 2019). Pihak eksternal penyedia modal seperti perbankan, institusi pemerintah seperti pajak membutuhkan laporan keuangan yang sesuai dengan standar akuntansi. Namun, pengabaian penyusunan laporan keuangan yang sesuai dengan standar massif terjadi, terlebih bagi UMKM (Indriastuti & Wardana, 2020). Oleh karena itu, pemerintah dan perusahaan swasta memberikan solusi dengan cara membuat berbagai program akuntansi berbasis android seperti Siapik (Rinandiyana et al., 2020) dan lamikro yang diluncurkan oleh kementerian koperasi dan usaha menengah (UKM). Berbagai jenis aplikasi tersebut berguna untuk memudahkan para pemula yang tidak paham akuntansi untuk bisa mengelola keuangannya dengan baik dan sesuai dengan standar akuntansi. Dalam rangka menunjang aktivitas promosi secara digital maka dibutuhkan alat atau perangkat yang mendukung dengan berbagai kecanggihan serta kelengkapan fitur. Alat tersebut bisa berupa *smartphone* atau telepon pintar. Penggunaan *smartphone* ini diperuntukan untuk mengoperasikan berbagai macam *platform* atau media sosial yang dapat digunakan untuk

aktivitas promosi secara digital demi mendapatkan target pasar yang sesuai (Pradiani, 2018). Berbagai macam *platform* yang ada merupakan perkembangan dari media pemasaran *offline* seperti televisi, radio, koran dan lain sebagainya. Seiring perkembangan zaman maka media *offline* tersebut mulai tergantikan dengan media *online*, yaitu internet (Chaffey, 2006). Tingkat kemampuan menyusun laporan keuangan merupakan representasi dari perkembangan usaha yang positif. Menurut hasil penelitian, kinerja usaha akan meningkat sebesar 0,204 kali jika pelaku usaha memiliki kemampuan untuk menyusun laporan keuangan (Harahap, 2014). Permasalahan yang sering terjadi dalam praktik usaha di lapangan, yaitu kebanyakan pelaku usaha tidak memiliki kemampuan atau penggunaan teknologi sebagai penunjang kegiatan pemasarannya (Divianto & Febrianty, 2017). Senada dengan penelitian diatas, hasil observasi tim PKM menunjukkan bahwa masih terbatasnya pemahaman siswa SMKN 51 Jakarta yang ingin menjadi wirausahawan terhadap digital marketing dan penyusunan laporan keuangan yang baik. Fakta diatas mendasari tim PKM 27 UHAMKA untuk terjun langsung memberikan pengabdian masyarakat ke SMKN 51 Jakarta. Pengabdian masyarakat ini bentuknya adalah pemberian workshop dengan dua tema yang akan meningkatkan kompetensi mereka. Pertama, workshop mengenai digital marketing yang mengupas tuntas proses pembuatan pemasaran secara digital sampai dengan manfaat yang akan didapat. Workshop kedua bertema penyusunan laporan keuangan yang sesuai dengan standar baik secara manual maupun digital. Pengelolaan keuangan yang baik dibutuhkan dalam suatu bisnis. Sebab, pencatatan dapat memudahkan mengatur secara rinci keuntungan dan kerugian yang diperoleh (Andarsari & Dura, 2018). Lebih lanjut, ketidaktahuan pelaku usaha disebabkan karena ketidak-mampuan pengurus dalam menyusun dan membenahi laporan keuangan (Almahdali & Djawa, 2018).

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di SMKN 51 Jakarta. SMKN 51 Jakarta merupakan sekolah kejuruan yang berdiri sejak tahun 1979. Awalnya SMKN 51 Jakarta memiliki nama SMEA 21 KJ, dengan berjalannya

waktu kemudian berubah namanya menjadi SMEA 33 Jakarta. Pada tahun 1998, SMEA 33 Jakarta berganti nama menjadi SMKN 51 Jakarta yang namanya digunakan sampai saat ini. SMKN 51 Jakarta saat ini berlokasi di Jalan Swadaya II, Kelurahan Bambu Apus, Kecamatan Cipayung, Kota Jakarta Timur. Pada awalnya SMKN 51 Jakarta hanya memiliki beberapa program studi saja yaitu Akuntansi, Pemasaran, dan Administrasi Perkantoran. Berikutnya pada tahun 2004, SMKN 51 Jakarta membuka program studi yaitu bidang keahlian Multimedia. Selang satu tahun berikutnya, tepatnya pada tahun 2005 SMKN 51 Jakarta kembali membuka program studi yang baru yaitu bidang keahlian Broadcasting. SMKN 51 Jakarta merupakan sekolah yang selalu mengikuti perkembangan zaman, yang mana pada era saat ini SMKN 51 Jakarta membuka program studi yang mengikuti dan menyesuaikan dengan tuntunan masyarakat global. Berikut adalah struktur organisasi SMKN 51 Jakarta. Metode pelaksanaan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini yaitu pemaparan materi, tanya jawab, dan games yang berupa quiziz. Materi digital marketing dan penyusunan laporan keuangan sederhana dilakukan dengan metode ceramah dan menampilkan materi menggunakan layar proyektor, tanya jawab berlangsung secara terbuka untuk siswa dan siswi yang hadir secara *offline*, games dilakukan dengan memberikan sebuah *Quiz* yang telah di siapkan oleh kami. Pelaksanaan pengabdian masyarakat kami diadakan secara *online* dan *offline*. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 23 Juni 2022. Pelaksanaan kegiatan diawali dengan materi pertama yaitu digital marketing yang dijelaskan pemateri kita secara online. Pada materi ke dua yaitu penyusunan laporan keuangan sederhana yang diawali dengan pembagian quisioner atau pre test melalui google form yang berisi tentang sejauh mana pengetahuan mereka tentang materi yang akan dilaksanakan. Hasil quisioner atau pre test ini akan memberi gambaran bagi narasumber dalam penyampaian materi. Setelah pemaparan materi, akan diadakan diskusi interaktif, studi kasus serta praktik yang bertujuan memberi kesempatan bagi para siswa dan tim pengusul berinteraksi guna memastikan bahwa pemaparan materi telah tersampaikan dengan baik. Tahapan terakhir adalah dengan memberikan post test bagi para siswa serta evaluasi dari pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini. Hasil dari post test tersebut

akan memberikan gambaran apakah para siswa mengalami peningkatan pemahaman setelah pelaksanaan program ini. Kami berharap dengan adanya pengabdian masyarakat ini akan menambah ilmu baru dan wawasan baru juga dapat diaplikasikan ke depannya bagi para siswa SMKN 51 Jakarta selaku mitra kami. Selain itu, hasil evaluasi yang diberikan akan menjadi pembelajaran bagi kami pada pengabdian masyarakat di masa yang akan datang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan mengajak SMKN 51 Jakarta disambut dengan baik dan antusiasme yang tinggi. Antusiasme ini terlihat dari hasil pre-test dan post-test melalui Google Form yang di kirim lewat WhatsApp Grup. Mitra yang hadir dalam kegiatan ini berasal dari kelas 11 Akuntansi SMKN 51 Jakarta. Hasil dan pembahasan kegiatan pengabdian dijelaskan sebagai berikut :

Pertama, yaitu materi *digital marketing* oleh Bapak Deni Adha Akbari S.E., M.Si. Diketahui bahwa *digital marketing* merupakan suatu kegiatan memasarkan dan mempromosikan sebuah produk yang kita miliki dengan menggunakan media digital ataupun internet. *Digital marketing* ini sangat membantu kita dalam memasarkan produk, karena penyebaran informasinya yang cepat dan meluas, lebih murah dan efektif dibandingkan pemasaran tradisional, serta memudahkan kita untuk melakukan evaluasi terhadap kinerja pemasaran tersebut. Adapun jenis *digital marketing* yang dipaparkan oleh pemateri yaitu, *website*, *social media marketing* seperti Facebook, Instagram, Twitter dan Tiktok, serta *video marketing* seperti YouTube (Mekari, 2022).

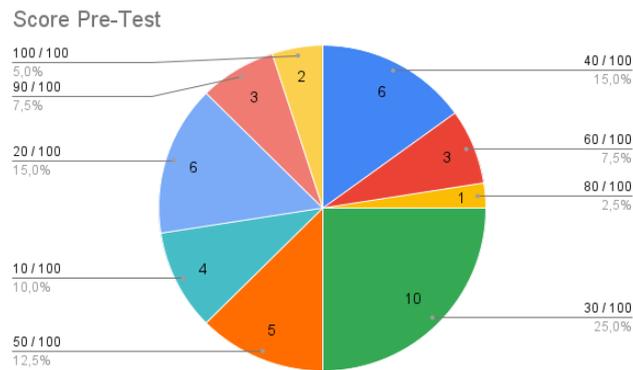
Dengan diberikannya pemahaman terhadap pemasaran bisnis secara digital atau *digital marketing*, maka akan memberikan banyak manfaat kepada para peserta workshop di SMKN 51 Jakarta. Mulai dari pemahaman mengenai apa itu *digital marketing*, apa saja jenis *digital marketing*, serta apa saja manfaat dari *digital marketing*. Karena melihat sekarang ini yang merupakan era digital, di mana segala hal lebih mudah dilakukan melalui internet, maka kita sebagai generasi milenial sudah seharusnya mengikuti dan memanfaatkan era digitalisasi ini dengan baik. Dengan demikian, diharapkan agar para peserta tergerak untuk

lebih mendalami dan mencoba untuk memulai memasarkan produk yang mereka miliki untuk dijual secara digital melalui sosial media maupun media digital lainnya.

Selanjutnya yang kedua, yaitu materi penyusunan laporan keuangan oleh Ibu Mila Indriastuti S.E., M.Si. Sebelum masuk ke materi penyusunan laporan keuangan, perlu diketahui bahwa akuntansi merupakan aktivitas yang meliputi identifikasi, pencatatan, serta komunikasi. Data yang dihasilkan dari akuntansi tersebut digunakan baik oleh pihak internal suatu perusahaan maupun eksternal perusahaan. Adapun fungsi dibuatnya laporan keuangan diantaranya yaitu, untuk memberikan informasi mengenai kinerja suatu perusahaan, sebagai alat pertanggungjawaban dan transparansi manajemen terhadap stakeholder, serta untuk membantu manajemen dalam menjalankan fungsinya. Setelah memahami beberapa hal tersebut, selanjutnya masuk ke materi penyusunan laporan keuangan. Dengan diberikannya pemahaman mengenai konsep dasar akuntansi dan bagaimana penyusunan laporan keuangan yang baik dan benar, maka akan menambah pengetahuan para peserta. Serta dengan banyaknya fungsi dari laporan keuangan itu sendiri dapat menjadi acuan kepada para peserta agar dapat mencatatkan laporan keuangan dari usaha yang dikelola oleh mereka dengan baik. Dan dengan pemahaman mengenai penyusunan laporan keuangan yang dasar, akan dapat membantu para peserta apabila melanjutkan ke jenjang yang lebih tinggi, karena telah memahami konsep dasarnya terlebih dahulu. Dengan demikian, maka peserta dapat memahami bagaimana penyusunan laporan yang baik dan benar, serta menerapkannya dalam menjalankan usaha, dan dapat digunakan sebagai evaluasi kinerja usahanya melalui laporan keuangan yang telah mereka buat. Kemudian yang ketiga dilanjutkan dengan sesi tanya jawab oleh para peserta kepada pemateri. Sebagai sarana para peserta untuk memperoleh pengetahuan yang lebih mendalam terkait materi yang disampaikan, kami memberikan kesempatan untuk mereka bertanya dan berdiskusi secara langsung dengan pemateri. Adapun sistem tanya jawab dilakukan dengan setiap pertanyaan ditampung terlebih dahulu, kemudian dijawab bergantian oleh pemateri. Untuk menambah antusias dan semangat para peserta, kami telah mempersiapkan hadiah kepada peserta yang berani bertanya

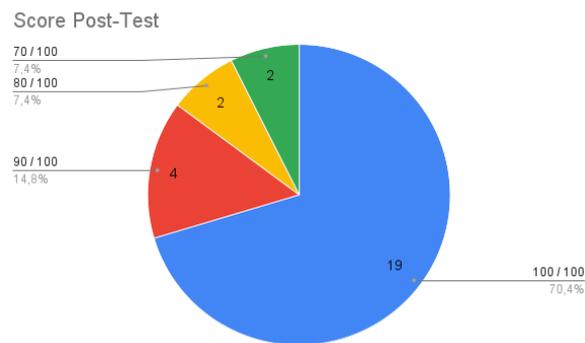
dan berdiskusi dengan pemateri. Sesi tanya jawab berjalan dengan baik walau masih sedikitnya antusias oleh para peserta. Saat ada yang bertanya, maka akan terciptanya bahan diskusi antara peserta dan pemateri dan menjadi tambahan ilmu untuk semua peserta yang hadir. Dan dengan adanya sesi tanya jawab maka akan terjalinnya silaturahmi antara peserta dan pemateri yang akan terus terjalin bahkan setelah workshop ini selesai diselenggarakan. Dengan demikian, sesi tanya jawab ini banyak memberikan manfaat untuk para peserta, pemateri, bahkan untuk para panitia pelaksana kegiatan. Hasil dari Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) menyatakan bahwa siswa mampu memahami materi yang disampaikan oleh narasumber. Hal itu dapat dibuktikan dari hasil *pre-test* dan *post-test* yang digambarkan dalam grafik sebagai berikut:

Gambar 1 hasil pre-test



Hasil pre-test yang dikerjakan peserta sebelum pemaparan materi penyusunan laporan keuangan, bahwa dari 40 peserta 25.0% -nya mendapatkan score paling rendah dan score tertinggi hanya didapatkan oleh dua peserta atau 5.0%.

Gambar 2 hasil post-test



Setelah mendengarkan pemaparan materi penyusunan laporan keuangan, score peserta mengalami peningkatan. Berdasarkan perhitungan statistik yang kami buat, 70,4% peserta mendapatkan score tertinggi, yaitu 100. Sementara, Skor 90 sebesar 14,8% , score 80 dan 90 masing-masing 7,4 %. Hal ini juga berlaku pada materi *digital marketing* bahwa para peserta telah mempraktekkan secara langsung dengan didampingi oleh narasumber tentang cara membuat akun YouTube sebagai media pemasaran *digital* dan cara untuk memulai membuat konten. Sehingga peserta menjadi paham dan dapat melakukannya sendiri apabila ingin membuat konten sebagai sarana pemasaran. Berdasarkan fakta di atas, maka pengabdian kepada masyarakat ini terbukti memiliki *impact* signifikan pada kemampuan siswa dalam berwirausaha menggunakan teknologi pemasarn digital dan penyusunan laporan keuangan. Hal ini dibuktikan dengan adanya peningkatan pemahaman siswa atas materi yang disampaikan dengan skor lebih dari 80%. Fakta ini sejalan dengan tujuan dari tim PKM 27 bahwa pada era 4.0 generasi Z harus melek teknologi dan keuangan jika ingin berdikari menjadi wirausahawan muda yang handal. Kegiatan pengabdian ini terlihat sebagai berikut Berikut merupakan dokumentasi kegiatan tim PKM 27 UHAMKA yang berlokasi di SMKN 51 Jakarta.

Gambar 3 dokumentasi kegiatan di SMKN 51 Jakarta.



Gambar 4 dokumentasi kegiatan di SMKN 51 Jakarta.



SIMPULAN

Berdasarkan hasil observasi tim PKM 27 UHAMKA menunjukkan bahwa masih terbatasnya pemahaman siswa SMKN 51 Jakarta yang ingin menjadi wirausahawan terhadap digital marketing dan penyusunan laporan keuangan yang baik. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini difokuskan untuk memberikan workshop digital marketing dan penyusunan laporan keuangan baik secara manual maupun digital. Tujuan diadakannya workshop tersebut, agar para siswa lebih tertarik dan berani untuk terjun ke dunia bisnis sekaligus dapat menerapkan digital marketing dalam menjalankan bisnis yang dikelolanya. Terlebih, pada era 4.0 segalanya lebih mudah dan efektif untuk dijangkau melalui media digital. Adapun materi penyusunan laporan keuangan yang kami adakan bertujuan agar menambah ilmu untuk siswa/siswi SMKN 51 Jakarta agar dapat mencatat dan menuliskan laporan keuangan dari bisnis yang dikelolanya dengan baik dan sesuai dengan standar UMKM atau SAK EMKM. Dengan

diadakannya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di SMKN 51 dengan workshop mengenai digital marketing dan penyusunan laporan keuangan sederhana bagi SMKN 51 Jakarta, maka program ini telah sukses dalam meningkatkan pemahaman dan wawasan mengenai pentingnya digital marketing dan pencatatan laporan keuangan sederhana. Peningkatan pemahaman dan wawasan bagi mitra SMKN 51 Jakarta adalah tujuan dari kegiatan kami. Kedua kegiatan ini merupakan salah satu pondasi yang sangat penting di masa depan ketika sudah terjun di dunia kerja dan bisnis di era 4.0 yang penuh dengan persaingan. Program ini diharapkan dapat membantu siswa/siswi SMKN 51 Jakarta terutama dalam hal berwirausaha menggunakan digital marketing dan penyusunan laporan keuangan, agar untuk kedepannya SMKN 51 Jakarta dapat meningkatkan potensi dan kualitas siswa/siswinya, serta terciptanya banyak wirausahawan yang berasal dari siswa/siswi SMKN 51 Jakarta.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat terlaksana atas dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terimakasih kepada LPPM UHAMKA yang telah mendukung dan mendanai program ini sehingga dapat terselenggara dengan baik. Selain itu, ucapan terima kasih tak lupa kami sampaikan kepada SMKN 51 Jakarta yang telah bersedia untuk bekerjasama dan berkontribusi dalam program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) tim PKM 27 UHAMKA.

DAFTAR PUSTAKA

- Almahdali, N. J., & Djawa, S. K. (2018). Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan Pada Kelompok Dasa Wisma. *MONSU'ANI TANO : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 15–19. <https://doi.org/10.32529/tano.v1i2.239>
- Andarsari, P. R., & Dura, J. (2018). Implementasi pencatatan keuangan pada usaha kecil dan menengah (studi pada sentra industri kripik tempe sanan di kota malang). *Jurnal JIBEKA*, 12, 59–64. <https://media.neliti.com/media/publications/262609-implementasi-pencatatan-keuangan-pada-us-334acce7.PDF>

- Astuti, S., & Sukardi, T. (2013). Faktor-faktor yang mempengaruhi kemandirian untuk berwirausaha pada siswa SMK. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 3(3), 334–346. <https://doi.org/10.21831/jpv.v3i3.1847>
- Chaffey, D. (2006). Additional student support at www.pearsoned.co.uk/chaffey. In *Practice*.
- Chole, N., & Dharmik, K. M. (2018). Digital Marketing & Social Media. In *Business Remodelling: Exploring New Initiatives In Key Business Functions*. www.tirpude.edu.in
- Divianto, & Febrianty. (2017). Pengaruh Pemahaman Pelaku UKM Dalam Menyusun Laporan Keuangan Terhadap Implementasi Laporan Keuangan Berdasar SAK ETAP Dengan Persepsi Pelaku Ukm Sebagai Moderating Variable. *International Journal of Social Science and Business*, 1(3), 166–176. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/IJSSB/article/view/11318>
- Harahap, Y. R. (2014). Kemampuan menyusun laporan keuangan yang dimiliki pelaku UKM dan pengaruhnya terhadap kinerja UKM. *Journal of Accounting and Business Research*, 14(1), 66–76.
- Indriastuti, M., & Wardana, A. B. (2020). Peran Akuntansi Sebagai Solusi Atas Ketidakadilan Pengenaan Pajak Bagi UMKM, Benarkah? *Seminar Nasional Akuntansi (Sena) Iii*, 59.
- Isrososiawan, S. (2013). Peran Kewirausahaan Dalam Pendidikan. *Jurnal Jurusan Pendidikan IPS Ekonomi*, 9(1), 26–49.
- Kontan. (2021). *Hasil Survei Herbalife : 72% Generasi Z dan Millenial di Asia Pasifik Bercita-cita Menjadi Pengusaha*. <https://pressrelease.kontan.co.id/release/hasil-survei-herbalife-72-generasi-z-dan-millennial-di-asia-pasifik-bercita-cita-menjadi-pengusaha?page=all>
- Kusniadji, S. (2018). Kontribusi Penggunaan Personal Selling Dalam Kegiatan Komunikasi Pemasaran Pada Era Pemasaran Masa Kini. *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 176. <https://doi.org/10.24912/jk.v9i2.1078>
- Lindawati, S., Hendri, M., & Hutahaean, J. (2020). *Pemasaran Digital*. Yayasan Kita Menulis. https://books.google.co.id/googlebooks/images/kennedy/insert_link.png
- Mekari. (2022). *Pengertian, Kelebihan, Jenis dan Strategi Digital Marketing*. Jurnal Entrepreneur. <https://www.jurnal.id/id/blog/mengenal-digital-marketing-konsep-dan-penerapannya/>
- Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46–53.

<https://doi.org/10.32812/jibeka.v1i1i2.45>

Prasetyo, P. E. (2020). Sikap, Aspirasi dan Kemampuan Wirausaha: Dimensi Utama Kinerja Kewirausahaan. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 8(2). <https://doi.org/10.26905/jmdk.v8i2.4174>

Rinandiyana, L. R., Kusnandar, D. L., & Rosyadi, A. (2020). Pemanfaatan Aplikasi Akuntansi Berbasis Android (Siapik) Untuk Meningkatkan Administrasi Keuangan Umkm. *Qardhul Hasan: Media Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 73. <https://doi.org/10.30997/qh.v6i1.2042>

Rustam, I. (2018). *Laporan Pengabdian Pada Masyarakat Pelatihan ' Online Marketing ' Bagi Pemuda Karang Taruna Desa Bilebante-Lombok Tengah Dalam Rangka Universitas Mataram.*

Siagian, A. O., & Indra, N. (2019). *Pengetahuan akuntansi pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) terhadap laporan keuangan.* 45(45), 95–98.