

Penerapan Manajemen Keuangan dan Digital Marketing pada Pelaku Usaha Rengginang di Desa Kunjir (*The Implementation of Financial Management and Digital Marketing to Rengginang Business entrepreneurs in Kunjir Village*)

Fitra Dharma^{1*}, Yenni Agustina², Andi Windah³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung, Bandar Lampung^{1,2,3}

fitra.dharma@feb.unila.ac.id^{1*}, yenni.agustina@feb.unila.ac.id², andi.windah@fisip.unila.ac.id³



Riwayat Artikel

Diterima pada 13 September 2021

Direvisi pada 23 September 2021

Disetujui pada 23 September 2021

Abstrak

Purpose: The PkM team took the initiative to carry out service activities for the Rengginang business group to improve the skills and insights of partners in preparing financial reports and e-marketing for Minan Rengginang business actors.

Method: This service activity involves the Rengginang Minan business group as a partner of this service activity. The methods used in this activity include cognitive, persuasive, and effective ways.

Result: The outcome of this activity is an increase in the participants' abilities and knowledge.

Conclusion: This activity positively affects the participant group's skills, knowledge, and income.

Keywords: *Financial Statements, E-Marketing, Micro Enterprises*

How to Cite: Dharma, F., Agustina, Y., & Windah, A. (2021). Penerapan Manajemen Keuangan dan Digital Marketing pada Pelaku Usaha Rengginang di Desa Kunjir. *Jurnal Nusantara Mengabdi*, 1(1), 11-19.

1. Pendahuluan

Kecamatan Rajabasa merupakan salah satu kecamatan di wilayah Lampung Selatan. Kecamatan yang memiliki luas 100,12 KM² ini membawahi 16 desa yang mayoritas penduduknya adalah etnis pendatang seperti Banten, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Yogyakarta, Bali, Bugis, dan propinsi lain di pulau Sumatra. Kecamatan ini berbatasan dengan Gunung Rajabasa di sebelah utara, Selat Sunda di sebelah selatan, serta kecamatan Penengahan dan kecamatan Kalianda masing-masing berada di sebelah Barat dan Timur. Secara topografis wilayah kecamatan ini sebagian besar terletak di tepi pantai.

Desa Kunjir merupakan salah satu desa dibawah naungan kecamatan Rajabasa. Desa ini memiliki luas 7,05 KM² dengan jumlah penduduk sebesar 1761 jiwa dengan komposisi 895 jiwa berjenis kelamin laki-laki dan 866 jiwa berjenis perempuan (BPS Kab. Lamsel, 2015) . Mayoritas penduduk didesa ini berprofesi sebagai petani karena lokasi desa yang terletak dibawah kaki gunung Rajabasa menjadikan tanah di desa tersebut menjadi subur. Hal ini menandakan bahwa mayoritas penduduk didesa ini bergantung kepada hasil alam. Berikut adalah hasil pertanian desa Kunjir:

Tabel 1. Hasil Pertanian Desa Kunjir

No	Jenis Tanaman	Luas	Hasil
1	Padi Sawah	115 Ha	350 ton
2	Padi Ladang	-	-
3	Jagung	8	20
4	Palawija	1	2
5	Tembakau	-	-

6	Tebu	1 Ha	-
7	Coklat	154 Ha	17.874 ton
8	Cengkeh	2 Ha	1 ton
9	Pisang	2 Ha	4 ton
10	Kelapa	5 Ha	2 ton
11	Kopi	3,5 Ha	7 ton
12	Singkong	-	-
13	Lain-lain	30,5 Ha	2.298 ton

Sumber: Profil Desa Kunjir, 2016

Pendapatan yang bergantung kepada keramahan alam tentu saja menuntut penduduk setempat untuk berupaya mencari penghasilan tambahan melalui pengolahan hasil alam. Salah satu usaha rumah tangga yang dijalankan yaitu usaha rengginang yang digawangi oleh kaum wanita. Makanan yang berbahan dasar dari beras ketan ini telah menjadi primadona di kalangan masyarakat sehingga usaha ini berpotensi untuk dikembangkan lebih maju dengan melibatkan aparat pemerintah dan akademisi untuk membantu mengembangkan usaha rumah tangga tersebut khususnya dalam bidang manajemen usaha. Manajemen usaha yang baik akan mempengaruhi perkembangan usaha tersebut (Bismala, 2016; Nasution et al., 2017; Saptono et al., 2016).



Gambar 1. Rengginang Milik Usaha “Rengginang Minan”



Gambar 2. Rengginang mentah “Rengginang Minan”

Permasalahan Mitra

Industri rumah tangga rengginang minan merupakan industri rumahan yang digawangi oleh ibu-ibu penduduk setempat yang telah berjalan lebih dari 1 tahun. Usaha pengrajin olahan makanan rengginang saat ini masih menghadapi permasalahan yang cukup banyak dan beragam. Permasalahan yang dihadapi yaitu mengenai manajemen usaha baik manajemen produksi, pengelolaan keuangan, pembiayaan, sumber daya manusia dan pemasaran. Namun, permasalahan yang paling mendasar saat ini yang dihadapi oleh mitra yaitu mengenai pemasaran dan pembukuan keuangan. Pemasaran produk yang masih rendah dan lemahnya dalam persaingan yang tajam menjadikan usaha ini kurang dapat bersaing di era revolusi industri 4.0. Hal ini tentu saja miris menimbang bahwa di desa ini telah tersedia jaringan internet yang semestinya dapat dipergunakan untuk memasarkan barang secara luas dan efektif seperti tertera dalam tabel 2 dibawah ini.

Tabel 2. Jumlah BTS, Operator, dan Kekuatan Sinyal Di Desa Kunjir tahun 2019

No	Keterangan	Jumlah
1	Menara BTS	1
2	Operator Layanan Komunikasi Telpon Seluler	5
3	Kondisi Sinyal	Kuat

Sumber: Kecamatan Rajabasa Dalam Angka, 2020

Jaringan internet yang kuat semestinya dapat mendukung akan terbentuknya pemasaran digital. Hasil empiris membuktikan bahwa *digital marketing* dapat membantu memasarkan produk dalam jangkauan yang lebih luas dan efektif (Sholihin et al., 2018; Stephen, 2016; Yadav et al., 2015). Namun karena masih kurangnya pengetahuan pelaku usaha industri rumah tangga mengenai digital marketing tentu saja menjadi kendala tersendiri dalam memasarkan produk. Selain itu, pembukuan usaha yang digunakan dalam usaha ini masih sangat sederhana. Pengarsipan bukti transaksi yang belum baik dan pembukuan yang sekedarnya menjadikan usaha ini belum mampu menunjukkan laporan keuangan yang menggambarkan keadaan usaha yang sesungguhnya, kondisi ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh (Gamayuni et al., 2020; Rudiantoro & Siregar, 2012). Hal ini tentu saja sangat disayangkan karena dengan pembukuan keuangan yang baik tentu saja akan menguntungkan usaha rumahan (Sava et al., 2013). Berdasarkan hasil analisis terhadap hasil riset dan wawancara dengan pihak mitra selaku pemilik usaha “Rengginang Minan” yang dilakukan pada bulan

Januari 2021, teridentifikasi beberapa masalah dalam pemasaran dan penyusunan laporan keuangan yaitu sebagai berikut:

1. Keterbatasan pengetahuan mitra dalam pengelolaan manajemen usaha yang profesional, seperti pengelolaan keuangan.
2. Keterbatasan pengetahuan dalam pemanfaatan akses dan penguasaan teknologi, khususnya teknologi internet marketing.
3. Kurang inovasi dalam manajemen usaha baik di bidang pemasaran dan strategi penjualan.

Ketiga permasalahan yang telah diuraikan diatas merupakan permasalahan yang sangat mendesak untuk dicarikan solusinya, sehingga diharapkan setelah selesai kegiatan program pembinaan ipteks bagi masyarakat ini, mitra pelaku usaha yang ada di Desa Kunjir sudah memiliki kemampuan untuk mengaplikasikan manajemen usaha berupa pembukuan keuangan dan menggunakan internet marketing untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Kegiatan pengabdian ini dilakukan sebagai bentuk implementasi dari hasil riset yang telah dilakukan oleh (Dharma, 2006) bahwa kepercayaan terhadap internet dapat meningkatkan kinerja organisasi.

2. Metode

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan cara bermitra (berkolaborasi) antara tim PkM yaitu dosen-dosen dari Universitas Lampung dengan desa kunjir sebagai desa binaan khususnya kelompok masyarakat penghasil rengginang yang bernama kelompok usaha rengginang minan. Pelaksanaan pengabdian di desa binaan ini akan dilaksanakan dalam kurun waktu selama 6 bulan. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini yaitu metode persuasif, metode afektif yang tertuang dalam kegiatan observasi, sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan. Kegiatan sosialisasi dilakukan untuk menyampaikan ide mengenai solusi atas permasalahan yang sedang dihadapi oleh mitra. Pelatihan dilakukan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan dalam digital marketing dan manajemen keuangan yang meliputi pengerjaan soal-soal kasus dan aplikasi pembuatan digital marketing.

Selain metode tersebut, tahapan lain yang tim gunakan yaitu evaluasi atas pelaksanaan kegiatan yang telah dilakukan. Evaluasi dilakukan sebagai upaya untuk melihat apakah kegiatan ini memiliki manfaat berkelanjutan untuk kedepannya. Oleh karena itu berikut ini akan dijabarkan mengenai tahapan evaluasi atas setiap pelaksanaan yang telah dijalankan, evaluasi akan dilakukan dalam dua tahapan yaitu sebelum acara berlangsung dan diakhir acara. Tes ini diberikan dalam bentuk oral yang terdiri dari beberapa pertanyaan, berikut ini adalah tahapan-tahapan yang digunakan dalam evaluasi:

1. Pre test, kegiatan ini dilakukan untuk mengukur kemampuan dan pemahaman peserta sebelum kegiatan pelatihan dilakukan.
2. Post test, kegiatan ini bertujuan untuk mengukur kemampuan peserta dalam menjawab pertanyaan setelah kegiatan pelatihan. Jika peserta 70 persen berhasil menjawab 70% pertanyaan yang benar dari sejumlah pertanyaan yang diberikan maka kegiatan lanjutan berupa pelatihan di manajemen produksi.

3. Hasil dan Pembahasan

Usaha mikro memiliki peranan yang penting dalam meningkatkan perekonomian Indonesia. Tak heran jika pemerintah gencar dalam mengembangkan usaha mikro sebagai salah bentuk dari ekonomi kreatif untuk meningkatkan perekonomian serta menyerap tenaga kerja. Usaha rengginang minan misalnya, usaha ini merupakan usaha rumahan yang digawangi oleh ibu-ibu rumah tangga di desa Kunjir. Usaha ini telah memiliki potensi yang besar mengingat hampir semua masyarakat menyukai makanan dari olahan beras ketan yang dimodifikasi dengan berbagai rasa yang khas seperti ikan dan terasi. Usaha ini pada dasarnya telah memiliki *brand* dan kemasan yang standar. Akan tetapi, usaha ini belum berkembang seperti sebagaimana mestinya. Kurangnya keterampilan dan pengetahuan mengenai pemasaran digital yang baik dan menarik menjadi salah satu indikator penyebab kurangnya pemasaran produk olah beras ketan ini hingga menjangkau luar darah yang lebih luas. Selain itu, usaha ini masih menggunakan sistem pembukuan yang sederhana. Sistem pembukuan yang masih sederhana dan belum menerapkan konsep entitas dalam suatu usaha dapat mempengaruhi

keberlangsungan usaha tersebut. Padahal dengan sistem pembukuan yang baik maka pelaku usaha tersebut dapat mendapatkan kemudahan dalam permodalan untuk mengembangkan usaha.

Berdasarkan permasalahan tersebut maka tim PkM tergerak untuk membantu memecahkan masalah yang sedang dihadapi oleh pelaku usaha mikro. Tahapan yang dilakukan sebelum kegiatan pelatihan dan pendampingan dilakukan yaitu dilakukan tahapan observasi. Tahapan ini merupakan tahapan awal, yang dalam hal ini tim melakukan wawancara untuk mengetahui permasalahan yang lebih dalam yang sedang dihadapi oleh pelaku usaha. Tahapan kedua yang dilakukan yaitu tim membentuk kepanitian bersama mahasiswa sebanyak 3 orang. Keterlibatan mahasiswa dalam kegiatan ini yaitu meliputi pendokumentasian, penyusunan angket, serta asistensi dalam pembekalan manajemen keuangan. Tahapan ketiga yang dilakukan yaitu tim PkM melakukan kegiatan pelatihan yang dilakukan selama dua hari. Kegiatan pelatihan ini dimulai dengan pemberian pre test yang bertujuan untuk mengukur pengetahuan dan pemahaman peserta terhadap materi yang akan diberikan kemudian diakhiri dengan pemberian post test. Tahapan ke empat yang merupakan tahapan terakhir yaitu dilakukan kegiatan pendampingan sebanyak 3 kali. Berikut ini adalah foto kegiatan saat observasi dilakukan:



Gambar 3. Dokumentasi Saat Observasi

Kegiatan selanjutnya yang dilakukan yaitu pelatihan. Kegiatan pelatihan ini dilakukan di balai desa Kunjir yang dihadiri oleh 30 orang pelaku usaha mikro rengginang minan. Meskipun dalam kondisi pandemic namun kegiatan pelatihan tetap dilaksanakan dengan tetap menerapkan protokol covid. Peserta diminta untuk menggunakan masker, mencuci tangan, mengukur suhu tubuh, dan menggunakan hand sanitizer sebelum memasuki ruangan. Peserta juga diminta untuk duduk dalam kondisi berjarak untuk menjaga kenyamanan bersama. Sebelum kegiatan pelatihan dimulai, peserta diminta untuk mengisi angket pertanyaan yang terdiri dari beberapa pertanyaan seperti yang tertuang dalam tabel dibawah ini:

Tabel 3. Indikator pada pertanyaan *pre test*.

No	Indikator/Tujuan Instruksional Khusus (TIK)	Butir Soal	Jumlah Soal	%
1	Pengetahuan tentang manajemen keuangan	1	1	16,7
2	Pengetahuan tentang pembukuan sederhana	2,3	2	33,3
3	Pengetahuan tentang investasi keuangan	4	1	16,7

4	Pengetahuan tentang penulisan iklan yang menarik pada media digital	5	1	16,7
5	Pengetahuan mengenai photo produk yang menarik	6	1	16,7

Berikut ini adalah hasil tabulasi jawaban peserta kegiatan pengabdian saat melakukan pre-test yaitu sebagai berikut:

Tabel 4. Jumlah pertanyaan yang benar

No	Pertanyaan	Butir Soal	Jumlah Jawaban yang benar	%
1	Apakah anda tahu mengenai manajemen usaha?	1	10	33,3
2	Apakah anda tahu pembukuan sederhana yang baik dan benar?	2	10	33,3
3	Apakah anda tahu siklus dalam penyusunan laporan keuangan?	3	5	16,7
4	Apakah anda tahu cara perhitungan return atas investasi?	4	3	10
5	Apakah anda tahu cara menulis iklan digital yang menarik?	5	3	10
6	Apakah anda tahu mengenai teknik photo produk yang baik?	6	15	50

Sumber: data diolah 2021

Berdasarkan tabel diatas, besran prosentase peserta yang mengetahui mengenai manajemen usaha dan digital marketing hanya 25,5 persen. Hal ini mengindikasikan bahwa masih kurangnya pengetahuan dan keterampilan peserta dalam manajemen keuangan dan pemasaran digital. Hal ini tentu saja sangat disayangkan mengingat besarnya potensi yang dimiliki pada daerah dan pelaku usaha tersebut. Tahapan selanjutnya yang dilakukan yaitu kegiatan pelatihan. Kegiatan ini meliputi yaitu sebagai berikut:

1. Pembekalan mengenai manajemen keuangan
Pada tahapan ini peserta diberikan pelatihan mengenai konspe pembukuan sederhana yang baik dan benar. Penjurnalan hingga penyusunan laporan keuangan yang baik untuk pelaku usaha mikro baik secara manual maupun secara komputerisasi dengan menggunakan excel. Pada tahapan ini peserta akan diberikan soal kasus sederhana untuk diselesaikan secara bersama dengan menggunakan excel maupun manual. Pembekalan untuk materi mengenai manajemen keuangan disampaikan oleh tim PkM.
2. Pembekalan mengenai pemasaran digital
Pembekalan ini melibatkan pihak luar sebanyak 2 orang untuk mentransfer ilmu mengenai pemasaran digital yang menarik dengan bahasa marketing yang beretika namun menarik pembeli. Kegiatan ini menggunakan handphone android masing-masing peserta untuk mengaplikasikan pembuatan digital marketing baik pada media sosial seperti facebook, instagram, dan lain sebagainya. Selain itu, peserta akan diberikan pelatihan mengenai teknik fotografi yang baik dan menarik bagi pembeli potensial.



Gambar 4. Kegiatan Pelatihan dan Pengabdian

Tahapan terakhir yang dilakukan setelah kegiatan dilaksanakan yaitu post test. Tahapan ini dilakukan untuk mengukur tingkat pemahaman dan pengetahuan peserta setelah diberikan pelatihan. Berikut ini adalah tabel post test:

Tabel 5. Post Test

No	Pertanyaan	Butir Soal	Jumlah Jawaban yang benar	%
1	Apakah anda tahu mengenai manajemen usaha?	1	25	83,3
2	Apakah anda tahu pembukuan sederhana yang baik dan benar?	2	20	66,7
3	Apakah anda tahu siklus dalam penyusunan laporan keuangan?	3	10	33,3

4	Apakah anda tahu cara perhitungan return atas investasi?	4	10	33,3
5	Apakah anda tahu cara menulis iklan digital yang menarik?	5	25	83,3
6	Apakah anda tahu mengenai teknik photo produk yang baik?	6	30	100

Sumber: data diolah 2021

Berdasarkan tabel diatas maka terlihat bahwa sebesar 66,7% jawaban peserta telah mengerti atau dengan kata lain peserta telah memahami materi pelatihan yang telah diberikan selama dua hari. Berdasarkan jawaban yang diberikan atas item pertanyaan maka jawaban tertinggi yaitu mengenai teknik photo yang baik yaitu sebesar 100 persen dan yang terendah yaitu pada pengetahuan di bidang manajemen keuangan yaitu sebesar 33,3 persen. Hal ini menandakan bahwa peserta masih memerlukan pendampingan dalam hal manajemen keuangan khususnya dibidang pembukuan keuangan sederhana. Oleh karena itu, tim membentuk tim kecil untuk melakukan pendampingan pada pelaku usaha mikro tersebut. Pendampingan dilakukan sebanyak 3 kali yang dalam hal ini tim PkM yang turun sebanyak 2 orang secara bergiliran untuk melakukan proses pendampingan.

Faktor Pendukung

Respon positif dari aparat setempat serta animo peserta yang tinggi menjadi faktor pendukung atas terlaksananya kegiatan pengabdian ini. Kerjasama yang baik antara mitra dan tim seperti kesediaan aparat dalam mencarikan lokasi untuk berlangsungnya kegiatan pelatihan serta menyiapkan fasilitas seperti microphone, meja, dan kursi menjadi salah satu faktor pendukung bagi terlaksananya kegiatan ini. Selain itu, kenyamanan dan ketenangan lokasi menjadi salah satu factor pendukung yang mensukseskan kegiatan pengabdian ini sehingga peserta dapat menyerap ilmu dengan tenang tanpa ada gangguan dari luar diri peserta. Jika dilihat dari faktor sosiologi, karakter penduduk yang ramah dan juga suka bekerja sama ikut membantu dalam pelaksanaan kegiatan ini. Peserta yang sudah paham dapat membantu peserta yang kurang paham dalam memahami materi sehingga membantu meringankan tugas tim PkM dalam mentransfer ilmu.

Faktor Penghambat

Pertama yaitu latar belakang yang berbeda serta tingkat pemahaman yang berbeda menjadi kendala tersendiri dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Perbedaan peserta dalam memahami ilmu yang disampaikan tentu saja dapat mempengaruhi lamanya waktu yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan ini. Kedua adalah perbedaan jenis handphone yang digunakan. Ketika pelaksanaan kegiatan pelatihan mengenai digital marketing tidak semua peserta dapat melakukan aplikasi pelatihan tersebut disebabkan handp phone yang digunakan belum android. Faktor penghambat yang terakhir yaitu pandemi, kondisi ini membuat pelatihan agak terlambat menimbang adanya PPKM yang sedang berlangsung.

4. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan kegiatan pelatihan ini data ditarik kesimpulan bahwa kegiatan pelatihan ini dapat memberikan dampak yang positif karena peserta pada akhirnya memiliki keterampilan dan pengetahuan mengenai manajemen keuangan dan pemasaran digital. Dengan demikian diharapkan peserta dapat menerapkan ilmu yang telah diperoleh dalam usaha rengginang sehingga usaha tersebut dapat terus berkembang.

Saran

Keterbatasan dalam kegiatan pelatihan ini yaitu sarana berupa komputer dan internet sehingga jika tersedianya alat tersebut maka peserta yang belum memiliki handphone yang android dapat melakukan aplikasi pemasaran digital secara langsung saat pelatihan berlangsung. Selain itu, latar belakang yang bervariasi menjadi tantangan tersendiri bagi terlaksananya kegiatan pengabdian ini. Oleh karena itu, untuk kedepannya tim memperhatikan ketersediaan sarana yang dimiliki serta

fasilitas yang dimiliki oleh peserta, sehingga hal ini dapat diantisipasi jika timbul hal-hal yang tidak diinginkan. Saran berikutnya yaitu pelatihan yang akan datang lebih banyak menggunakan permainan dalam penyampaian materi dan mempertimbangkan hari pelaksanaan yang lebih lama sehingga peserta dapat menyerap ilmu dengan baik.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih setingginya kepada Universitas Lampung yang telah mendanai kegiatan PkM ini serta kepada mitra yang telah bersedia menjadi peserta dalam kegiatan PkM.

Referensi

- Bismala, L. (2016). Model Manajemen Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Efektivitas Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Enterpreuner dan Entrepreneurship*, 5(1), 19–25.
- BPS Kab. Lamsel. (2015). *Kecamatan Rajabasa dalam Angka*.
- Dharma, F. (2006). Simposium nasional akuntansi 9 padang. *Pengaruh Structural Assurance Dan Perceived Reputation Terhadap Trust Pengguna Internet Di Sistem E-COMMERCE*, 0812253824(024), 23–26.
- Gamayuni, R. R., Dewi, F. G., Dharma, F., & Dharma, F. (2020). Pelatihan Peningkatan Produksi, Penentuan Harga Jual, Dan Pemasaran Produk Minuman Bubuk Jahe Dan Coklat Di Desa Sungai Langka, Pesawaran. *Sakai Sambayan Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 24. <https://doi.org/10.23960/jss.v4i1.168>
- Nasution, M. I., Prayogi, M. A., & Nasution, S. M. A. (2017). Pembinaan Pengelolaan Manajemen Usaha Dan E-Marketing Pada Pelaku Usaha Industri Mikro Pengrajin Sepatu Di Kecamatan Medan Denai. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 23(2), 292. <https://doi.org/10.24114/jpkm.v23i2.7028>
- Rudiantoro, R., & Siregar, S. V. (2012). Kualitas Laporan Keuangan Umkm Serta Prospek Implementasi Sak Etap. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 9(1), 1–21. <https://doi.org/10.21002/jaki.2012.01>
- Saptono, A., Dewi, R. P., & Suparno, S. (2016). Pelatihan Manajemen Usaha Dan Pengelolaan Keuangan Ukm Bagi Tenaga Kerja Indonesia (Tki) Purna Di Sukabumi Jawa Barat. *Sarwahita*, 13(1), 6–14. <https://doi.org/10.21009/sarwahita.131.02>
- Sava, R., Mârza, B., & Eşanu, N. (2013). Financial Reporting for SMEs – Past and Perspectives. *Procedia Economics and Finance*, 6(13), 713–718. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(13\)00193-7](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(13)00193-7)
- Sholihin, M. R., Arianto, W., & Khasanah, D. F. (2018). Keunggulan Sosial Media Dalam Perkembangan Ekonomi Kreatif Era Digital Di Indonesia. *Prosiding 4th Seminar Nasional Dan Call for Papers*, 47–58.
- Stephen, A. T. (2016). The role of digital and social media marketing in consumer behavior. *Current Opinion in Psychology*, 10, 17–21. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2015.10.016>
- Yadav, M., Joshi, Y., & Rahman, Z. (2015). Mobile Social Media: The New Hybrid Element of Digital Marketing Communications. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 189, 335–343. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.03.229>