

Pengelolaan Keuangan Dan Digital Marketing: Strategi Meningkatkan Perekonomian Nagari Bayua Kecamatan Tanjung Raya Kabupaten Agam

Helga Nuri Honesty^{1*}, Astra Prima Budiarti², Jefriyanto³, Fiola Finomia Honesty⁴, Mayar Afriyenti⁵, Hari Setia Putra⁶

^{1,2,3,4,5,6}Universitas Negeri Padang, Padang, Indonesia

*e-mail korespondensi: helgahonesty@fe.unp.ac.id

Abstract

Sales of SMEs is still very small. MSME players cannot yet state the costs and profits they earn. They only count sales and expenses. There is no separation between business assets and personal assets. On the other hand, the lack of sales volume and profits of Nagari Bayua MSMEs is caused by a lack of promotion (marketing). Therefore, MSMEs need an understanding of good financial management and workshops on the use of information technology in the form of digital marketing. The method used in this PKM is to provide training to Nagari Bayua MSMEs with two approaches: (1) lecture and discussion method, (2) meaning method. Providing training regarding financial management related to accounting which is provided with the aim of MSME players being able to plan future financial business targets and digital marketing training with the aim of developing technology-based businesses in MSMEs. The results of this activity show that the training attended by the participants has provided an increase in understanding for the training participants by 83.75% from previously only 47%.

Keywords: x

Abstrak

Volume penjualan UMKM Nagari Bayua masih terbilang sangat kecil. Pelaku UMKM belum bisa menyatakan kos dan laba yang mereka peroleh. Mereka hanya menghitung jumlah penjualan dan pengeluaran. Belum ada pemisahan antara aset usaha dengan aset pribadi. Disisi lain, kurangnya volume penjualan dan laba UMKM Nagari Bayua disebabkan oleh kurangnya promosi (marketing). Oleh karena itu, UMKM membutuhkan pemahaman pengelolaan keuangan yang baik dan workshop pemanfaatan teknologi informasi dalam bentuk digital marketing. Metode yang digunakan dalam PKM ini adalah memberikan pelatihan kepada UMKM Nagari Bayua dengan dua pendekatan: (1) metode ceramah dan diskusi, (2) metode demonstrasi. Pemberian pelatihan mengenai pengelolaan keuangan terkait akuntansi diberikan dengan tujuan pelaku UMKM dapat merencanakan target-target keuangan usaha kedepannya dan pelatihan digital marketing dengan tujuan pengembangan usaha berbasis teknologi pada UMKM. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa pelatihan yang diikuti oleh peserta telah memberikan peningkatan penambahan pemahaman bagi peserta pelatihan sebesar 83,75% dari yang sebelumnya hanya 47%.

Kata Kunci: pelatihan pengelolaan keuangan, digital marketing, UMKM

PENDAHULUAN

Nagari Bayur (Bayua) merupakan salah satu dari 9 (sembilan) nagari yang ada di Kecamatan Tanjung Raya, Kabupaten Agam. Bayua memiliki potensi baik dalam bidang sumber daya alam, buatan, religi maupun dalam bidang ekonomi. Untuk potensi alam, Nagari Bayua berada di pinggiran Danau Maninjau yang memiliki keindahan alam, memiliki pemandangan yang sangat indah untuk melihat sisi Danau Maninjau beserta hamparan sawah yang luas ditepi bukit. Dari segi kuliner untuk peningkatan ekonomi masyarakat, Bayua terkenal dengan pensi, bada salai, ikan salai, cubadak kucuah, rinuak masiak, palai rinuak dan olahan rinuak lainnya. Dari segi religi, Bayua memiliki masjid yang berdiri sejak Tahun 1905 yang sekarang menjadi salah satu tujuan wisata religi karena keindahan arsitekturnya yang telah direnovasi gabungan antara nuansa Minangkabau dan Thailand.

Walaupun memiliki keindahan dari berbagai aspek, mayoritas UMKM Nagari Bayua masih tergantung pada hasil dari Keramba Jaring Apung (KJA). Dari tahun ke tahun, ratusan ikan KJA di

Danau Maninjau mati. Terakhir dilaporkan pada tahun 2022 sebanyak 455 ton ikan KJA mati karena beberapa faktor. Faktor pertama adalah cuaca ekstrem, hujan dan disertai angin kencang. Selanjutnya, ketidakseimbangan ekosistem danau yang dikotori oleh aktivitas manusia yang berlebihan seperti KJA itu sendiri, menyebabkan kualitas air dan mikroba di Danau Maninjau tidak terjaga. Jika ekosistem danau terus memburuk, biota asli Danau Maninjau seperti jenis ikan rinuak dan pensi akan menjadi punah karena biota tersebut banyak yang mati karena tuba belerang. Ikan rinuak dan pensi ini hanya berkembang biak di Danau Maninjau, dimana kedua jenis biota ini merupakan biota asli Danau Maninjau. Aktivitas manusia yang berlebihan tersebut, tidak hanya mengakibatkan kematian biota asli Danau Maninjau, melainkan juga ikan mas, nila, dan mujair. Petani KJA meningkat setiap tahunnya, perekonomian masyarakat Nagari Bayua sangat bergantung pada usaha ini.

Air danau ini digunakan oleh penduduk setempat sebagai sumber air, pariwisata, energi, dan produksi perikanan. Kerusakan lingkungan danau di Indonesia didominasi oleh pemanfaatannya secara multifungsi oleh manusia. Pemanfaatan danau secara multifungsi ini merupakan hal yang biasa terjadi di Indonesia. Saat ini pada Danau Maninjau terdapat sekitar 14.000 petak KJA. Jumlah ini telah melebihi batas maksimum yaitu 6.000 KJA (Rikin, 2014). Pengelolaan danau secara multifungsi menjadi dilema tersendiri. Satu sisi mengharapkan bahwa danau dapat memberikan sebesar-besarnya untuk kesejahteraan manusia, tetapi disisi lain, pemanfaatan multifungsi juga memberikan dampak lingkungan yang buruk (LIPI Indonesia, 2020).

Tepian danau Nagari Bayua sekarang ini dipenuhi oleh KJA, karena danau merupakan salah satu sumber daya alam terbuka yang tidak dapat dimiliki oleh individu atau perorangan. Masyarakat memiliki kesempatan untuk memanfaatkannya untuk budi daya ikan. Apabila masyarakat hanya fokus terhadap pemanfaatan danau sebagai sumber daya ekonomi terbuka tanpa memikirkan dampak buruk yang akan terjadi, maka kemudian hari akan terjadilah krisis seperti menurunnya pasokan air, menjamurnya enceng gondok, pencemaran air danau dengan berbagai jenis limbah dan berbau sehingga bermuara pada menurunnya daya tarik wisatawan untuk datang berkunjung.

Danau Maninjau yang dahulunya adalah salah satu tempat pariwisata yang banyak dikunjungi Wisatawan Lokal maupun Internasional sekarang hanya tinggal kenangan. Hal ini berakibat produk-produk dari pelaku UMKM tidak dibeli dan dikonsumsi oleh wisatawan dari daerah lain, akan tetapi hanya dinikmati oleh masyarakat setempat saja. Perekonomian menurun, masyarakat jadi lebih tergiur menjadi nelayan KJA yang jika tidak kena musibah maka untungnya akan lebih besar karena hasil ternak ikannya dapat dijual ke kota. Hal ini mengakibatkan makin tercemarnya Danau Maninjau dan makin menurunnya minat wisatawan untuk datang. Oleh karena itu, masyarakat sekitar tepian Danau Maninjau harus terus berupaya untuk meminimalisir dampak buruk yang dapat terjadi dengan mengurangi penggunaan danau secara berlebihan dan lebih memfokuskan pemanfaatan danau untuk tujuan wisata. Dengan demikian, jika pariwisata Danau Maninjau bagus, otomatis perekonomian di wilayah tersebut juga akan lebih baik. Perekonomian Nagari Bayua terjadi tren penurunan ekonomi beberapa tahun terakhir ini. Penurunan perekonomian ini terjadi tidak hanya karena faktor pariwisata yang tidak mengalami peningkatan, tetapi juga terjadi karena tingkat penjualan masyarakat terutama pada produk olahan ikan berkurang karena tingkat kunjungan wisatawan yang menurun. Hal ini dapat mempengaruhi tingkat perekonomian serta pendapatan masyarakat sekitar (Honesty et al., 2022).

Pada tahun 2021 dan tahun 2022, kami dari Tim Universitas Negeri Padang (UNP) telah berupaya memberikan penyuluhan untuk meningkatkan perekonomian nagari dalam bentuk Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM). Kegiatan PKM yang kami lakukan pada tahun 2021 adalah mengenai pengolahan rinuak sebagai upaya diversifikasi produk untuk meningkatkan volume penjualan dan laba UMKM. Selanjutnya, pada tahun 2022 kami juga melaksanakan PKM mengenai peningkatan entrepreneurship melalui pelatihan literasi keuangan, dan *the renewal of*

packaging produk rinuak kering Danau Maninjau terhadap *improving the quality of life* masyarakat Nagari Bayua. Namun, pada kenyataannya upaya yang telah kami lakukan tersebut belum terasa cukup dalam peningkatan perekonomian masyarakat nagari secara signifikan. Berdasarkan diskusi dengan Wali Nagari Bayua dan pelaku UMKM sendiri, volume penjualan masih terbilang sangat kecil, pelaku UMKM masih belum bisa menyatakan berapa laba yang diperoleh pada periode tertentu. Mereka hanya bisa menghitung jumlah penjualan dan pengeluaran. Bahkan masih banyak pelaku UMKM yang tidak pernah mencatat setiap pengeluaran dan pemasukan dari aktivitas penjualan mereka sehari-hari. Belum ada pemisahan antara aset usaha dengan aset milik pribadi.

Pelaku UMKM masih membutuhkan pemahaman pengelolaan keuangan yang baik. Pengelolaan keuangan dapat dilakukan melalui akuntansi. Selama UMKM masih menggunakan alat tukar uang, maka masih dibutuhkan akuntansi dalam menjalankan usahanya. Adapun manfaat dari pemahaman keuangan bagi UMKM meliputi: 1) UMKM dapat mengetahui kinerja keuangan perusahaan; 2) UMKM dapat mengetahui, memilah, dan membedakan harta perusahaan dan harta pemilik; 3) UMKM dapat mengetahui posisi dana baik sumber maupun penggunaannya; 4) UMKM dapat membuat anggaran yang tepat; 5) UMKM dapat menghitung pajak, dan 6) UMKM dapat mengetahui aliran uang tunai selama periode tertentu (Fatwitawati, 2018).

Manfaat yang didapat dari pemahaman keuangan cukup banyak, sehingga UMKM yang berperan penting dalam perekonomian di Nagari Bayua membutuhkan pengelolaan bisnis berupa kecakapan akuntansi dalam usaha mereka. Kemajuan UMKM berupa peningkatan volume penjualan dan laba dapat direncanakan dari akuntansi. Namun mayoritas UMKM di Nagari Bayua belum menggunakan akuntansi dalam menunjang kegiatan bisnisnya dengan alasan masih sulit dan kurangnya pemahaman mereka. Walaupun sumber belajar dapat diperoleh melalui internet dan buku, akan tetapi kebanyakan internet dan buku tidak fokus membahas UMKM. Materi yang ada diberbagai sumber pembelajaran lebih banyak untuk perusahaan besar. Adapun beberapa buku mengenai UMKM, tidak dibaca oleh pelaku UMKM karena budaya membaca masyarakat yang kurang.

Disisi lain, kurangnya volume penjualan UMKM Nagari Bayua disebabkan oleh kurangnya promosi (marketing). Pada era digital sekarang ini, marketing dapat dilakukan lebih luas menggunakan teknologi informasi. Pemanfaatan teknologi informasi tidak hanya dapat dilakukan pada perusahaan, instansi, maupun organisasi saja. Akan tetapi, teknologi informasi dapat dimanfaatkan oleh para pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya (Hidayati et al., 2020). Pelaku usaha dapat memanfaatkan teknologi informasi dalam bentuk digital marketing. Digital marketing merupakan kegiatan memasarkan termasuk branding yang menggunakan pemanfaatan teknologi informasi berbasis *website (blog, adwords)*, berbagai jenis jaringan sosial media, bahkan *games* (Ridwan Sanjaya, 2009; Febriani, 2014). Penerapan digital marketing pada usaha dinilai memiliki efek yang sangat berpengaruh (Chirca, 2009) karena dunia periklanan dapat lebih tepat sasaran menggunakan pemanfaatan teknologi informasi. Prinsip penjualan *hardselling* atau penjualan yang digembor-gemborkan mulai ditinggalkan dan penerapannya lebih *soft selling* sehingga marketing dilakukan pada target market tertentu dan meminimalkan promosi produk kepada yang bukan merupakan calon pembeli (Paremono et al., 2021). Selama ini, pelaku UMKM Nagari Bayua menjual produk usahanya tanpa melakukan teknik marketing apapun. Penjual hanya menunggu di tempat usahanya berharap pembeli datang.



Gambar 1. Foto Situasi Mitra

Berdasarkan analisis situasi yang telah dilakukan, maka dapat permasalahan dari Nagari Maninjau adalah sebagai berikut

1. Setelah diadakan pelatihan pengolahan rinuak pada tahun 2021 dan pengemasan yang menarik pada tahun 2022 tetapi pengetahuan pelaku UMKM dalam pengelolaan keuangan masih sangat minim
2. Perekonomian masyarakat masih rendah ditandai dengan penjualan produk pelaku UMKM yang belum maksimal.

METODE

Metode yang digunakan dalam PKM ini adalah memberikan pelatihan kepada UMKM Nagari Bayua dengan pendekatan:

1. Metode ceramah dan diskusi

Metode ini dilakukan dengan tujuan untuk menyajikan informasi dan pengetahuan kepada peserta mengenai pengelolaan keuangan dan digital marketing. Tim pengusul berdiskusi mengenai permasalahan yang dihadapi oleh peserta dan membahas solusi pemecahan masalahannya secara langsung.

2. Metode demonstrasi

Metode demonstrasi dilakukan pada saat peserta melakukan latihan untuk membuat laporan keuangan sederhana dari usaha yang dimilikinya. Lebih lanjut peserta yang sebelumnya telah diberikan pengetahuan mengenai digital marketing, langsung mendemonstrasikannya dikemudian hari. Hal ini dilakukan agar lebih mudah dalam menerapkan pengelolaan keuangan dan digital marketing dalam usaha peserta

1. Tahap Kegiatan untuk menerapkan solusi permasalahan
 - a. Persiapan: pertemuan tim pengusul dengan Wali Nagari Bayua untuk menjadwalkan pelaksanaan kegiatan serta lokasi kegiatan

- b. Kegiatan inti dilaksanakan selama dua hari, meliputi:
 - 1) kegiatan pelatihan 1: pengelolaan laporan keuangan
 - diskusi permasalahan keuangan UMKM nagari
 - penjabaran materi penyusunan dan pengelolaan laporan keuangan
 - pelatihan terbimbing menyusun dan mengelola laporan keuangan usaha
 - 2) kegiatan pelatihan 2: *digital marketing*
 - diskusi permasalahan marketing UMKM nagari
 - penjabaran materi digital marketing untuk UMKM
 - pelatihan terbimbing membuat konten dan iklan digital
 - c. Monitoring dan evaluasi dimaksudkan untuk melihat sejauh mana pemahaman peserta kegiatan mengenai pengelolaan keuangan dan digital marketing. Untuk mengetahui tingkat ketercapaian tujuan, maka evaluasi dilakukan sebanyak tiga kali, yaitu pada awal, proses, dan akhir. Lembaran evaluasi diberikan untuk mengetahui tingkat pemahaman pengetahuan awal peserta. Lalu, lembaran evaluasi terakhir diberikan untuk mengetahui tingkat pengetahuan dan pemahaman peserta setelah tahap pembinaan. Sedangkan lembaran evaluasi proses dilakukan pada saat acara kegiatan berlangsung, menilai keaktifan dan rasa ingin tahu peserta kegiatan.
2. Partisipasi mitra dalam kegiatan

Mitra dari kegiatan pengabdian ini adalah pelaku UMKM Nagari Bayua yang diwakili oleh Wali Nagari Bayua. Partisipasi mitra dalam kegiatan ini adalah memberikan informasi aktual mengenai keadaan beserta permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM dalam menjalankan kegiatan usaha. Kemudian, mitra menginformasikan kepada pelaku UMKM untuk mengikuti kegiatan pengabdian sebagai upaya menunjang kegiatan usaha dan meningkatkan volume penjualan sehingga diharapkan mampu meningkatkan perekonomian wilayah setempat. Mitra memfasilitasi komunikasi antara tim pengusul dan peserta kegiatan, lebih lanjut mitra juga menjadwalkan waktu kegiatan.
 3. Evaluasi program dan Keberlanjutan

Dua minggu setelah kegiatan pengabdian berlangsung, tim pengusul merencanakan pertemuan dengan peserta untuk melakukan evaluasi program dan feedback. Grup WhatsApp akan dibuat untuk memfasilitasi pertanyaan peserta. Edukasi dan penyuluhan yang diberikan diharapkan dapat diterapkan oleh peserta secara terus menerus.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada masyarakat yang bertemakan "pengelolaan keuangan dan digital marketing: strategi meningkatkan perekonomian Nagari Bayua Kecamatan Tanjung Raya Kabupaten Agam" dilaksanakan melalui beberapa tahapan, antara lain:

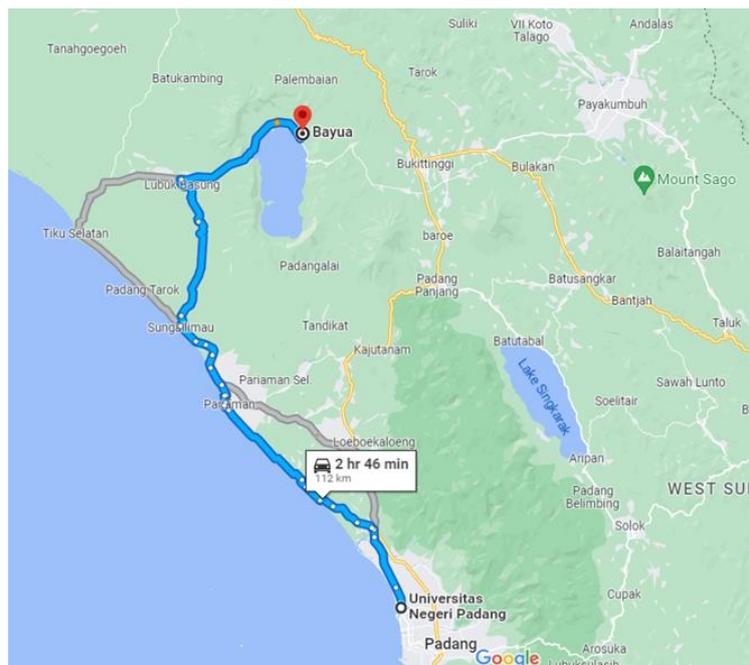
1. Tahapan Persiapan

Kegiatan pada tahapan persiapan ini dimulai dari melakukan koordinasi dengan Wali Nagari Bayua untuk membahas terkait waktu dan tempat pelaksanaan. Tim pelaksana PKM melakukan koordinasi dengan wali nagari sebulan sebelum kegiatan inti dilakukan. Hal ini penting dilakukan untuk menentukan waktu yang sesuai antara tim pelaksana, pemateri dan peserta pelatihan. Setelah jadwal yang disepakati telah diputuskan, tempat pelaksanaan diakhirnya direncanakan di Kantor Wali Nagari Bayua. Kemudian, tim melaksanakan mengajukan surat izin pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada LPPM UNP. Surat ini ditujukan kepada mitra dalam kegiatan pengabdian ini, yaitu Wali Nagari Bayua. Setelah surat izin pelaksanaan kegiatan keluar dari LPPM UNP, surat ini diberikan kepada Wali Nagari Bayua untuk diteruskan kepada kelompok pelaku UMKM Nagari Bayua.

Selanjutnya, tim pelaksana menyusun rundown kegiatan pengabdian, dan menunjuk pemateri yang berkompeten untuk sebagai naras umber pada kegiatan ini. Tim pelaksana mengajukan

permintaan kepada LPPM UNP untuk menerbitkan surat surat tugas untuk tim pelaksana dan pemateri kegiatan.

Kantor Wali Nagari Bayua memberikan list nama peserta pengabdian dua minggu sebelum kegiatan dilaksanakan. Dari list ini, tim pengabdian membuat draft absensi kegiatan. Tim pelaksana menargetkan 15 orang untuk hadir dalam kegiatan ini, akan tetapi peserta yang mendaftar melebihi target yang direncanakan yaitu sejumlah 25 orang. Hal ini menunjukkan besarnya motivasi dari peserta yang merupakan pelaku UMKM untuk mengikuti kegiatan ini. Tim pelaksana menyiapkan spanduk, seminar kit, dan bahan materi pelatihan untuk diberikan kepada peserta pelatihan. Gambar 2 dibawah adalah peta lokasi kegiatan pengabdian yang berjaran 112 km dari kampus UNP.



Gambar 2. Lokasi Kegiatan

2. Tahapan Pelaksanaan

Kegiatan PKM "pengelolaan keuangan dan digital marketing: strategi meningkatkan perekonomian Nagari Bayua Kecamatan Tanjung Raya Kabupaten Agam" ini telah dilaksanakan di Kantor Wali Nagari Bayua pada tanggal 26 dan 27 September 2023. Peserta yang hadir dalam kegiatan ini berjumlah 20 orang pelaku UMKM. Kegiatan dimulai pukul 09.00 yang diawali dengan pembukaan secara langsung oleh Wali Nagari Bayua yaitu Bapak Hadi Fajrin, SHI. Setelah itu tim pengabdian memberikan pretest kepada peserta untuk mengetahui sejauhmana pengetahuan dasar para peserta mengenai materi pelatihan yang akan diberikan nanti. Materi pertama diberikan oleh Astra Prima Budiarti, SE, M.Si yang menjelaskan tentang pengenalan pengelolaan keuangan umkm UMKM selanjutnya Mayar Afriyenti, SE, M.Sc memandu secara terbimbing praktik pengelolaan keuangan UMKM. Kemudian Fiola Finomia Honesty, SE, M.Si menjelaskan materi mengenai pengenalan digital marketing yang dilanjutkan dengan materi mengenai peran digital marketing dalam optimasi usaha oleh Jefriyanto, SE, M.Ak . Pelatihan ini ditutup dengan praktik terbimbing mengenai digital marketing oleh Hari Setia Putra, SE, M.Si. Seluruh narasumber dari kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini merupakan Dosen FEB UNP yang telah berpengalaman mengenai masing-masing materi yang disampaikan kepada para seluruh peserta.



Gambar 3. Kegiatan PKM

3. Tahapan Evaluasi

Tahapan evaluasi diberikan untuk mengetahui ketercapaian materi yang diberikan kepada peserta kegiatan. Evaluasi dilakukan sebanyak dua kali. Evaluasi pertama merupakan pretest yang diberikan sebelum narasumber menjelaskan materi kegiatan. Pretest ini dilaksanakan untuk mengetahui sejauh mana pengetahuan peserta sebelum dilaksanakan penyampaian materi oleh narasumber. Evaluasi yang kedua merupakan posttest yang diberikan sebelum penutupan acara pengabdian dilakukan. Posttest diberikan untuk melihat ketercapaian materi yang diberikan oleh peserta pelatihan setelah mendapatkan materi. Tabel 1 dibawah ini adalah hasil skor yang diperoleh peserta pelatihan sebelum dan setelah kegiatan pelatihan ini dilaksanakan.

No.	Keterangan	Pretest	Posttest
1.	Pengenalan laporan keuangan	50	85
2.	Penyusunan laporan keuangan	40	80
3.	Pengenalan digital marketing	38	87
4.	Digital marketing dalam optimasi usaha	60	83
	Persentase pencapaian	47%	83,75%

Tabel 1. Hasil Evaluasi Peserta PKM

Berdasarkan hasil dari tabel 1 diatas, terlihat jelas terjadi peningkatan pemahaman peserta pelatihan setelah mengikuti kegiatan pengabdian ini. Evaluasi yang pertama, jumlah persentase pencapaian peserta mengerjakan soal pretest sebesar 47%, sementara itu pada evaluasi kedua, jumlah tingkat pemahaman peserta mengerjakan soal posttest meningkat sebesar 83,75%. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa kegiatan yang diikuti oleh peserta memberikan penambahan pemahaman.

Selain evaluasi yang berkaitan dengan pemahaman peserta pelatihan. Tim pelaksana juga memberikan kuesioner kepada peserta terkait dengan kritik dan saran tentang pelaksana kegiatan pengabdian ini. Dari hasil tersebut, peserta meminta kepada tim pelaksana pengabdian untuk melaksanakan kegiatan ini kembali ditahun mendatang sehingga materi yang diperoleh oleh peserta dapat berkesinambungan.

KESIMPULAN

Hasil laporan program pengabdian diharapkan mampu memberikan pemahaman maupun panduan awal bagi pengusul dalam melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat dimasa akan datang. PKM ini memberikan perspektif yang berbeda khususnya pada kajian yang dilakukan.

Kemitraan yang dilakukan dengan pihak nagari diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat yang berguna untuk mewujudkan wirausahawan yang mandiri dan tangguh dan mendorong tumbuhnya calon-calon wirausahawan baru yang ingin mandiri secara ekonomi dan finansial terutama untuk peningkatan perekonomian

Dengan adanya kegiatan ini, maka sebahagian penduduk bisa mengubah mata pencaharian mereka dari hanya sebagai petani ikan KJA berubah menjadi pedagang yang handal, sehingga

akan berdampak positif terhadap banyak sisi seperti kelestarian danau, wisatawan, dan perekonomian masyarakat yang tinggal di sana.

DAFTAR PUSTAKA

- (LIPI) Indonesia, L. I. P. (2020). *Dilema Pengelolaan Danau secara Multi Fungsi Perspektif Sosial dan Ekonomi* (N. Daning (Ed.); 1st ed.). LIPI Press, Anggota Ikapi.
- Chirca, A. (2009). THE ADOPTION OF DIGITAL MARKETING IN FINANCIAL SERVICES UNDER CRISIS. *Bulletin of the Transilvania University of Brasoveffecr*, 2(51).
- Fatwitawati, R. (2018). PENGELOLAAN KEUANGAN BAGI USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) DI KELURAHAN AIRPUTIH KECAMATAN TAMPAN KOTA PEKANBARU. *Sembadha*, 1, 225–229.
- Febriani, M. (2014). Strategi Komunikaasi Pemasaran dalam Membangun Brand Image pada Media Sosial Twitter @PekanbaruCo. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau*, 1(2).
- Hidayati, N., Pungkasanti, P. T., Wakhidah, N., Informasi, J. T., & Semarang, U. (2020). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI DIGITAL MARKETING UMKM DI KECAMATAN TEMBALANG. 3(3), 119–124.
- Honesty, F. F., Honesty, H. N., Sari, V. F., Pebriyani, D., & Yolanda, M. (2022). PKM Peningkatan Entrepreneurship Melalui Pelatihan Literasi Keuangan, dan The Renewal Of Packaging Produk Rinduak Kering Danau Maninjau Terhadap Improving The Quality Of Life Masyarakat Nagari Bayua. *Suluh Bendang: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 22(3), 543. <https://doi.org/10.24036/sb.03110>
- Paremono, K. K., Sukmasetya, P., Apriyani, H., Wahyuni, T., & Wulan, B. S. (2021). *Pendampingan Pemanfaatan Digital Branding dan Digital Marketing Pada Kuliner*. 4(3), 322–328.
- Ridwan Sanjaya, J. T. (2009). *Creative Digital Marketing*. Elex Media Komputindo.
- Rikin, A. S. (2014). *Kematian Massal Ikan Danau Maninjau karena Jumlah KJA Membengkak*. Suara Pembaruan. <https://www.beritasatu.com/archive/173843/kematian-massal-ikan-danau-maninjau-karena-jumlah-kja-membengkak>.