

## **Hubungan Pemanfaatan Media Sosial dan Kreativitas Dengan Keberlanjutan Usaha UMKM Kerupuk Cabe di Kota Dumai**

**Intan Afriyani Aisyah<sup>1</sup> Sumarno<sup>2</sup> M. Yogi Riyantama Isjoni<sup>3</sup>**

Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Riau, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau, Indonesia<sup>1,2,3</sup>

Email: [intan.afriyani1383@student.unri.ac.id](mailto:intan.afriyani1383@student.unri.ac.id)<sup>1</sup> [sumarno.s@lecturer.unri.ac.id](mailto:sumarno.s@lecturer.unri.ac.id)<sup>2</sup>  
[m.yogi@lecturer.unri.ac.id](mailto:m.yogi@lecturer.unri.ac.id)<sup>3</sup>

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) bagaimana Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Dengan Keberlanjutan Usaha UMKM Kerupuk Cabe di Kota Dumai. (2) dan bagaimana Hubungan Kreativitas Dengan Keberlanjutan Usaha UMKM Kerupuk Cabe di Kota Dumai. Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini ada 20 usaha UMKM Kerupuk Cabe di Kota Dumai dengan sampel penelitian sebanyak 15 usaha UMKM Kerupuk Cabe di Kota Dumai. Teknik pengambilan sampel dengan *sampling jenuh*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, kuesioner dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif, uji normalitas dan uji statistik korelasi *Rank Spearman*. Hasil penelitian ini menunjukkan (1) pemanfaatan media sosial memiliki hubungan positif dan signifikan dengan keberlanjutan usaha UMKM kerupuk cabe di Kota Dumai. (2) kreativitas memiliki hubungan positif dan signifikan dengan keberlanjutan usaha UMKM kerupuk cabe di Kota Dumai.

**Kata Kunci:** Pemanfaatan Media Sosial, Kreativitas, Keberlanjutan Usaha



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

### **PENDAHULUAN**

UMKM merupakan salah satu solusi sekaligus tulang punggung yang mampu menstabilkan dan mewujudkan perekonomian. UMKM atau yang sering disebut sebagai Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Melihat perekonomian di Indonesia, usaha mikro merupakan sekumpulan usaha yang berada pada jumlah paling besar dan segmen telah terbukti kuat dalam menjalan berbagai kendala pada krisis ekonomi, sehingga UMKM sebagai roda penggerak ekonomi serta memiliki peranan penting dalam perekonomian Negara (Sumarno *et al.*, (2021). Perkembangan UMKM mampu mendorong pertumbuhan perekonomian dan menjadi salah satu solusi bagi permasalahan fiskal yang ada seperti pengangguran maupun kemiskinan. UMKM merupakan aktivitas wirausaha yang mampu berkontribusi penting terhadap keberlanjutan usaha. Namun keberlanjutan usaha juga sering dipengaruhi oleh faktor-faktor yang berkontribusi terhadap mempengaruhi ketidakberlanjutan usaha setelah usaha tersebut didirikan. Berbagai alasan kegagalan UMKM dalam menjaga keberlanjutannya adalah kurangnya kesadaran akan risiko yang terkait seperti risiko keuangan, risiko teknologi serta strategi yang efektif untuk mempertahankan usahanya. UMKM merupakan unit usaha produktif yang berdiri dilakukan oleh perorangan atau badan usaha pada semua sektor ekonomi (Hanim, 2018). Di era modernisasi ini, sekarang sektor atau diperdagangkan di UMKM sudah semakin mendukung keberlanjutan usaha UMKM dan merambat ke ranah online atau akses digital sehingga cenderung semakin banyak orang yang ingin terjun ke dunia UMKM. Ada banyak jenis makanan yang dapat diperjualbelikan pada sektor UMKM kuliner mulai dari makanan berat hingga makanan ringan. Salah satu makanan ringan yang cukup banyak diperdagangkan baik dalam skala kecil maupun skala besar di beragam daerah di Indonesia adalah makanan kerupuk cabe dan salah satu daerah yang memperdagangkan produk tersebut adalah Kota Dumai Provinsi Riau Indonesia. Penduduk Dumai banyak yang

membuka usaha kerupuk cabe. Kerupuk cabe adalah salah satu UMKM dalam bidang makanan yang sudah banyak diproduksi oleh masyarakat di kota Dumai. Kerupuk cabe ini tentunya memiliki rasa yang cenderung pedas tetapi biasanya tergantung dari tingkat kepedasan yang dijual oleh setiap penjual. Usaha kerupuk cabe di Kota Dumai sudah masuk kategori usaha besar dengan memproduksi  $\geq 1000$  bungkus ukuran 250 gram maupun 300gram perhari dengan harga Rp10.000 dan juga memproduksi ukuran kecil dengan harga Rp1000/bungkus. Banyak konsumen memberikan peluang pasar dengan membuka toko-toko atau kios usaha kerupuk cabe. Dalam perkembangan usaha tersebut dapat menaikkan perekonomian daerah.

Terdapat beberapa faktor yang berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha khususnya pada UMKM. Menurut Yanti *et al.*, (2018) ada beberapa faktor yang mempengaruhi keberlanjutan usaha di UMKM diantaranya adalah profil pelaku yang mampu menciptakan citra pemilik usaha di mata konsumen, pemanfaatan teknologi termasuk akses digital seperti internet dan media sosial dan tingkat kompetensi pemilik UMKM yang diantaranya kemampuan berwirausaha sekaligus kreativitas dalam menciptakan inovasi bisnis. Pada penelitian ini peneliti akan mau menganalisis sekaligus meneliti tentang pemanfaatan media sosial dan kreativitas pemilik usaha kerupuk cabe di Kota Dumai. Pemanfaatan media sosial pada UMKM merupakan salah satu faktor penting saat ini untuk menjamin keberlanjutan usaha. Hal ini sejalan dengan penelitian Anggia *et al.*, (2018) yang menyatakan bahwa media sosial mampu menjadi wadah penjualan sekaligus pemasaran bagi pemilik UMKM untuk memperluas area dagangnya. Terlebih sekarang ini kita berada pada era digitalisasi tepatnya revolusi industri 4.0 dimana segala macam aktivitas sekarang dominan diakses menggunakan internet dan diwadahi oleh media sosial. Tentunya sebagian besar sekarang ini masyarakat menghabiskan waktunya dalam dunia media sosial sehingga pemanfaatan media sosial wajib dikuasai dan dioptimalkan oleh pemilik UMKM khususnya UMKM kerupuk cabe di Kota Dumai. Pesatnya perkembangan teknologi, dunia digital dan internet sangat bersangkutan pada dunia pemasaran. Pada tren pemasaran pada saat ini dialihkan yang awal mulanya konvensional (offline) menjadi digital (online) (Hermita *et al.*, 2022). Faktor lain yang mempengaruhi keberlanjutan usaha adalah kreativitas. Kreativitas adalah kemampuan seseorang dalam mengungkapkan suatu ide ataupun gagasan dalam rangka untuk menciptakan suatu inovasi ataupun perubahan terhadap suatu hal. Kreativitas tentunya sangat diperlukan dalam keberlanjutan usaha karena tentunya usaha harus senantiasa harus bertransformasi, berkembang serta berinovasi. Sesuai dengan perkembangan zaman dan sesuai dengan permintaan pasar. Selain itu kreativitas yang dituntut dalam suatu usaha tidak hanya terfokus pada produk yang diperjualbelikan tetapi juga dapat dari sisi pelayanan ataupun pendukung lainnya seperti *marketing*, *packaging*, dan lain-lain. Hal ini sejalan pada penelitian Mashadi *et al.*, (2020) yang menyatakan bahwa UMKM wajib menciptakan inovasi dalam melakukan penjualan agar tidak tertinggal oleh *kompetitor*. Pemilik UMKM wajib menciptakan kreativitas terhadap penjualannya karena bisnis sifatnya dinamis dan senantiasa berkembang sesuai dengan perkembangan zaman. Tidak hanya pada satu jenis usaha tetapi juga semua jenis usaha atau industri usaha. Keberlanjutan usaha juga membutuhkan adanya inovasi agar lebih mendatangkan konsumen sekaligus meningkatkan penjualan, bahkan untuk kemungkinan yaitu untuk memperluas akses penjualan.

### **Landasan Teori**

#### **Keberlanjutan Usaha**

Menurut Agustina (2022) menyatakan business sustainability atau keberlanjutan bisnis adalah kemampuan sesuatu yang dimiliki perusahaan untuk mencapai tujuan bisnis dan meningkatkan nilai dari waktu ke waktu bagi pemilik saham dengan menyatukan ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam langkah mengembangkan bisnisnya. Keberlanjutan usaha

merupakan suatu kondisi yang menuju pada keberhasilan suatu bisnis untuk bertahan dalam persaingan yang secara dinamis dilihat dari seberapa baik usaha tersebut memenuhi kebutuhan dari stakeholder (Noe *et al.*, 2011). Keberlanjutan usaha adalah upaya mempertahankan usaha yang didirikan akan terus beroperasi atau berkembang untuk jangka panjang dan terjadi berlangsungnya usaha adanya penambahan, kelanjutan, dan pendekatan terhadap usaha. Indikator keberlanjutan usaha yaitu: 1)kompilasi rencana usaha, 2)memperbaharui rencana usaha secara berkala, 3)penambahan output produksi, 4)dan menganalisis persaingan secara berkala.

### **Pemanfaatan Media Sosial**

Rachmawaty (2022) menyatakan pemanfaatan media sosial adalah upaya menggunakan media sosial yang dapat dimanfaatkan sebagai sarana sosialisasi dan interaksi, sehingga masyarakat dapat melihat dan mengakses serta memuat berbagai informasi produk. Itani & Korda (2015) menyatakan pemanfaatan media sosial adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan perilaku atau tindakan yang baik dengan hasil yang efektif. Pemanfaatan media sosial adalah tindakan untuk memakai media sosial dalam berkomunikasi dengan publik, sehingga dapat mencapai keberhasilan yang diinginkan. 3 indikator pemanfaatan media sosial yaitu: 1)*relationship*, 2)partisipasi, 3)akses informasi.

### **Kreativitas**

Kreativitas merupakan sumber penting dalam penciptaan daya saing untuk semua perusahaan yang peduli terhadap pertumbuhan dan perubahan (Khofifah, 2022). Rohmaniyah & Nurhayati (2021) menyatakan kreativitas adalah suatu ide atau inisiatif dalam pembuatan suatu produk pada usaha dengan proses yang bermanfaat, benar, tepat, dan bernilai. Seseorang yang memiliki kreativitas yaitu adanya kemampuan untuk mengembangkan suatu ide baru serta menemukan cara-cara baru yang bertujuan untuk memecahkan masalah dan peluang (Hamali & Budihastuti, 2017). Kreativitas adalah kemampuan seseorang dalam menciptakan suatu hal yang baru atau berbeda. Kreativitas merupakan suatu hal yang sangat penting dalam suatu bisnis yang berhubungan terhadap minat beli konsumen dan mempertahankan kemampuan bersaing, sehingga perusahaan memiliki kemampuan untuk meningkatkan kreativitas terhadap kualitas produk yang dihasilkan. Indikator kreativitas yaitu 1)kelayakan produk, 2)pencipta peluang, 3)penemu, 4)dan *flexibel*.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini ada 20 usaha UMKM Kerupuk Cabe di Kota Dumai dengan sampel penelitian sebanyak 15 usaha. Teknik pengambilan sampel dengan *sampling jenuh*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, kuesioner dan dokumentasi. Teknik analisis pada penelitian ini adalah analisis deskriptif, uji normalitas dan uji statistik korelasi *Rank Spearman* . Dalam penelitian ini digunakan indikator yang tertera pada Tabel.

**Tabel 1.**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Jumlah Pernyataan</b>
Keberlanjutan Usaha (Y)	Kompilasi rencana usaha	4
	Memperbaharui rencana usaha secara berkala	5
	Penambahan output produksi	3
	Menganalisis persaingan secara berkala	3
Pemanfaatan Media Sosial (X <sub>1</sub> )	<i>Relationship</i>	3
	Partisipasi	3

Kreativitas (X <sub>2</sub> )	Akses informasi	3
	Kelayakan Produk	3
	Pencipta Peluang	3
	Penemu	5
	<i>Flexibel</i>	3
<b>Jumlah</b>		<b>38</b>

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Usaha UMKM Kerupuk cabe Keberlanjutan atau tidak Keberlanjutan di Kota Dumai

Tabel 2.

No	Kategori Usaha	Frekuensi Usaha
1	Berkelanjutan	15 Usaha
2	Tidak berkelanjutan	5 Usaha
<b>Jumlah</b>		<b>20 Usaha</b>

Sumber: Hasil Olahan Data 2023

Berdasarkan Tabel 2 dapat dilihat bahwa 75% usaha UMKM Kerupuk cabe yang berkelanjutan dan 25% yang tidak terjadi keberlanjutan. Jadi dapat disimpulkan bahwa sampel yang diambil pada penelitian ini ada 15 usaha UMKM kerupuk cabe di kota Dumai yang berkelanjutan dengan menggunakan *sampling jenuh*. Adapun kriteria dalam menentukan sampel pada penelitian ini adalah: Pelaku usaha yang memiliki usaha UMKM Kerupuk Cabe di Kota Dumai. Usaha yang berdiri dengan kategori keberlanjutan usaha. Usaha UMKM Kerupuk Cabe menjadi responden dalam penelitian ini.

### Analisis Deskriptif Keberlanjutan Usaha (Y)

Tabel 3.

Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
64 – 75	Sangat Baik	8	53,4
52 – 63	Baik	5	33,3
40 – 51	Cukup	2	13,3
28 – 39	Kurang	0	0
15 – 27	Buruk	0	0
<b>Jumlah</b>		<b>15</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Olahan Data 2023

Berdasarkan Tabel diatas bahwa keberlanjutan usaha yaitu 8 usaha sebesar persentase 53,4% dengan kategori baik dikatakan usaha UMKM Kerupuk Cabe sangat berkelanjutan, sebanyak 5 usaha sebesar persentase 33,3% dengan kategori cukup berkelanjutan, sebanyak 2 usaha sebesar persentase 13,3% dengan kategori kurang berkelanjutan. Jadi dapat disimpulkan bahwa keberlanjutan usaha tergolong baik. Kondisi ini didukung oleh 4 indikator.

### Analisis Deskriptif Pemanfaatan Media Sosial (X2)

Tabel 4.

Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
37,9 – 45	Sangat Tinggi	7	46,7
30,7 – 37,8	Tinggi	6	40
23,5 – 30,6	Cukup Tinggi	2	13,3
16,3 – 23,4	Rendah	0	0
9 – 16,2	Sangat Rendah	0	0
<b>Jumlah</b>		<b>15</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Olahan Data 2023

Berdasarkan Tabel diatas bahwa pemanfaatan media sosial yaitu 7 usaha sebesar persentase 46,7% dengan kategori sangat tinggi, sebanyak 6 usaha sebesar persentase 40% dengan kategori tinggi, sebanyak 2 usaha sebesar persentase 13,3% dengan kategori cukup tinggi. Jadi dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan media sosial tergolong sangat tinggi, adapun media sosial yang digunakan oleh pelaku usaha yaitu *instagram* dan *shopee* yang saat ini banyak digunakan masyarakat dan dapat diakses dimanapun. Kondisi ini didukung oleh 3 indikator.

### Analisis Deskriptif Kreativitas (X1)

**Tabel 5.**

Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
58,9 - 70	Sangat Tinggi	5	33,3
47,7 - 58,8	Tinggi	8	53,4
36,5 - 47,6	Cukup Tinggi	2	13,3
25,3 - 36,4	Rendah	0	0
14 - 25,2	Sangat Rendah	0	0
<b>Jumlah</b>		<b>15</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Olahan Data 2023

Berdasarkan Tabel diatas diketahui bahwa kreativitas yaitu 5 usaha sebesar persentase 33,3% dengan kategori sangat tinggi, sebanyak 8 usaha sebesar persentase 53,3% dengan kategori tinggi, sebanyak 2 usaha sebesar persentase 13,3% dengan kategori cukup tinggi. Jadi dapat disimpulkan bahwa kreativitas tergolong tinggi. Kondisi ini didukung oleh 4 indikator.

### Pengujian Hipotesis

**Tabel 6. Uji Normalitas**

	Pemanfaatan Media Sosial (X1)	Kreativitas (X2)	Keberlanjutan Usaha (Y)
Kolmogorov-Smirnov Z	,507	,580	,475
Asymp. Sig. (2-tailed)	,959	,889	,978

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 2023

Berdasarkan Tabel hasil uji normalitas dengan uji statistik *One Sample Kolmogorov Smirnov* pada variabel pemanfaatan media sosial (X1) dapat dilihat bahwa nilai *signifikansi* (Asymp. Sig.) sebesar  $0,959 > 0,05$ . Maka dapat diartikan bahwa data penelitian berdistribusi secara normal. Hasil pada variabel kreativitas (X2) dapat dilihat bahwa nilai *signifikansi* (Asymp. Sig.) sebesar  $0,889 > 0,05$ . Maka dapat diartikan bahwa data penelitian berdistribusi secara normal. Dan hasil pada variabel keberlanjutan usaha (Y) dapat dilihat bahwa nilai *signifikansi* (Asymp. Sig.) sebesar  $0,978 > 0,05$ . Maka dapat diartikan bahwa data penelitian berdistribusi secara normal.

### Uji Korelasi Rank Spearman

**Tabel 7.**

		Pemanfaatan Media Sosial (X1)	Kreativitas (X2)	Keberlanjutan Usaha (Y)
Spearman's rho	Correlation Coefficient	,695	,686	,1.000
	Sig. (2-tailed)	,004	,005	.

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 2023

Berdasarkan Tabel diketahui bahwa:

1. Dihasilkan variabel pemanfaatan media sosial (X1) nilai sig. sebesar  $0,005 < 0,05$  maka disimpulkan variabel pemanfaatan media sosial (X1) memiliki hubungan yang signifikansi dengan variabel keberlanjutan usaha (Y). Dan pada variabel kreativitas (X2) nilai sig. sebesar  $0,004 < 0,05$  maka disimpulkan variabel kreativitas (X2) memiliki hubungan yang signifikansi dengan variabel keberlanjutan usaha (Y).
2. Dihasilkan nilai *correlation coefficient* bahwa:
  - a. Pemanfaatan media sosial (X1) bernilai positif sebesar 0,695, dapat disimpulkan arah hubungan variabel pemanfaatan media sosial (X1) searah yang artinya jika pemanfaatan media sosial meningkat, maka variabel keberlanjutan usaha (Y) juga akan meningkat.
  - b. Kreativitas (X2) bernilai positif sebesar 0,686, dapat disimpulkan arah hubungan variabel kreativitas (X2) searah yang artinya jika kreativitas meningkat, maka variabel keberlanjutan usaha (Y) juga akan meningkat.

## **Pembahasan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan (1) bahwa dengan adanya pemanfaatan media sosial memiliki hubungan yang positif dan signifikan dengan keberlanjutan usaha. Hal ini berdasarkan hasil uji korelasi spearman dengan nilai sig. sebesar  $0,005 < 0,05$ . Dari hasil SPSS koefisien korelasi bernilai positif sebesar 0,695, hal tersebut menunjukkan korelasi kuat atau hubungan positif yang kuat antara variabel pemanfaatan media sosial dengan variabel keberlanjutan usaha. (2) bahwa kreativitas memiliki hubungan yang positif dan signifikan dengan keberlanjutan usaha UMKM kerupuk cabe. Hal ini berdasarkan hasil uji korelasi spearman variabel kreativitas nilai sig. sebesar  $0,004 < 0,05$ . Dari hasil SPSS koefisien korelasi bernilai positif sebesar 0,686, hal tersebut menunjukkan korelasi kuat atau hubungan positif yang kuat antara variabel kreativitas dengan keberlanjutan usaha. Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian Faradillah (2022) bahwa pemanfaatan media sosial memiliki pengaruh positif dengan keberlanjutan bisnis UMKM karena pemanfaatan media sosial memiliki nilai statistik uji t sebesar 5,979 dengan nilai signifikan t sebesar 0,000. Nilai signifikan t lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$ . Hasil penelitian oleh Ekasari & Nurhasanah (2018) dengan objek penelitian di UMKM di Kawasan Wisata Gentala Arasy Kota Jambi hasil penelitian mereka menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan kreativitas terhadap keberhasilan usaha, dari hasil pengujian diperoleh untuk variabel X2 diperoleh level signifikansi sebesar 0,001 ( $< 0,05$ ) dan berarah positif. Kemudian hasil penelitian Permana (2019) dapat disimpulkan dari hasil wawancara dan pengabdian peneliti bahwa teknologi informasi berupa sosial media dapat menjadi media untuk membuat bisnis baru dengan cara berjualan online serta optimalisasi semua fitur di dalam sosial media beserta mencoba segala peluang dalam mempromosikan toko online dapat meningkatkan jumlah transaksi, selain itu keberlangsungan usaha bisnis UMKM tergantung pada kestabilan dan peningkatan jumlah transaksi yang ada. Oleh maka itu diperlukan promosi baik melalui di sosial media maupun non sosial media.

## **KESIMPULAN**

Penelitian ini untuk mengetahui hubungan pemanfaatan media sosial dan kreativitas dengan keberlanjutan usaha UMKM Kerupuk Cabe di Kota Dumai. Berdasarkan hasil penelitian seperti yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Pemanfaatan media sosial memiliki hubungan yang positif dan signifikan dengan keberlanjutan usaha UMKM Kerupuk Cabe di Kota Dumai. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kemampuan pemanfaatan media sosial yang didapatkan, maka akan semakin meningkatkan keberlanjutan usaha UMKM Kerupuk Cabe. Pemanfaatan media sosial sebagai

media yang memiliki hubungan yang kuat dengan keberlanjutan usaha terutama pada dunia pemasaran. Kreativitas memiliki hubungan yang positif dan signifikan dengan keberlanjutan usaha UMKM Kerupuk Cabe di Kota Dumai. Hal ini menunjukkan bahwa semakin kreatif dalam menjalankan usaha UMKM kerupuk cabe, maka akan semakin meningkatkan keberlanjutan usaha UMKM Kerupuk Cabe.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Agustina, T., Dkk (2022). *Business Sustainability*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Anggia, M. N., & Shihab, M. R. (2018). Strategi Media Sosial Untuk Pengembangan Umkm. *Jurnal Terapan Teknologi Informasi*, 2(2), 159-170.
- Hamali, Arif Y., & Budihastuti. (2017). *Pemahaman Kewirausahaan*. Depok: Penerbit KENCANA.
- Hanim, L. (2018). *UMKM dan Bentuk-Bentuk Usaha*. Semarang: UNISSULA PRESS.
- Hermita, N., Isjoni, M. Y. R., Putra, Z. H., Alpusari, M., Alim, J. A., Dahnilsyah, D., ... & Sulistyaningsih, A. (2022). Strategi pemasaran digital sebagai pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Air Dingin Kota Pekanbaru. In *Unri Conference Series: Community Engagement (Vol. 4, pp. 1-7)*.
- Itani, Z., & Korda, H. (2015). *Harnessing Social Media for Health Promotion and Behavior Change*.
- Khofifah, R. (2022). Pemanfaatan Marketplace Shopee Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Shop JR.id4. *Skripsi. Ponorogo: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo*.
- Mashadi, M., & Suardy, W. (2020). Peningkatan Strategi Marketing Bagi Pelaku UMKM Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 1(2).
- Noe, R. A., Hollenbeck, J. R., Gerhart, B. & M, P. (2011). *Fundamentals of Human Resource Management*. New York: McGraw Hill.
- Rachmawaty, S. (2022). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Produk Industri Rumah Tangga dalam Situasi Pandemi Covid-19. *Jurnal Mahasiswa Karakter Bangsa*, 2(1)
- Rohmaniyah, A., & Nurhayati Tatiek. (2017). Peningkatan Kreativitas Pemasaran dan Kualitas Networking Berbasis Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran. *Universitas Islam Sultan Agung Semarang*, Vol. 18 No. 2, 149-163.
- Sumarno, S., Gimin, G., Mujiono, M., & Pernantah, P. S. (2021). Pembinaan Diversifikasi Produk Untuk Pengembangan Usaha Mikro. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 27(4), 366-373.
- Yanti, V. A., Amanah, S., Muldjono, P., & Asngari, P. (2018). Faktor yang mempengaruhi keberlanjutan usaha mikro kecil menengah di Bandung dan Bogor. *Jurnal Pengkajian Dan Pengembangan Teknologi Pertanian*, 20(2), 137-148.