

## **Peningkatan Kompetensi Kewirausahaan Pelaku Usaha Batik Jambi melalui Pelatihan dan Pendampingan *Digital Content Marketing* dan *Financial Technology Lending***

**Mohammad Ihsan** <sup>\*1</sup>, **Edward** <sup>2</sup>, **Syahmardi Yacob** <sup>3</sup>, **Ade Perdana Siregar** <sup>4</sup>, **Yayuk Sriayudha** <sup>5</sup>  
<sup>1,2,3,4,5</sup> Universitas Jambi; Kampus Pinang Masak Mendalo Darat, 583317  
<sup>1,2,3,4,5</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi  
email : <sup>\*1</sup> moh\_ihsan@ymail.com, <sup>2</sup> edward.meidan@yahoo.com, <sup>3</sup> syahmardi\_yacob@unja.ac.id, <sup>4</sup> ade.perdana@unja.ac.id, <sup>5</sup> yayuk.sriayudha@unja.ac.id

### **Abstrak**

*Produk Batik Jambi, merupakan salah satu produk industri kreatif andalan dari Kota Jambi. Batik Zhorif Jambi dalam melakukan kegiatan pemasaran telah menggunakan media online untuk memasarkan produknya, tetapi kurang maksimal dalam pengelolaan konten promosi pada media tersebut. Pertumbuhan dalam peningkatan usaha Batik Jambi Zhorif pada sisi lain mengalami kendala dengan permodalan. Munculnya teknologi financial berpotensi untuk memberikan solusi terhadap permasalahan pada UMKM. Mitra dalam pengabdian ini adalah Galery Batik Zhorif di Kecamatan Danau Teluk Kota Jambi. Permasalahan mitra yang diprioritaskan akan diselesaikan adalah (1) pelaksanaan fungsi manajemen pada mitra belum maksimal, pengelolaan waktu dalam pekerjaan belum terorganisir, belum memiliki strategi dalam usaha pada mitra, seperti perumusan tujuan dan dalam pengambilan keputusan; (2) pemahaman mengenai IT masih rendah, memberikan konten informasi pada media sosial belum menarik dan jelas, belum konsisten dalam pengelolaan media sosial; (3) pemahaman mitra masih rendah dalam hal pencarian sumber modal, motivasi mengenai prosedur peminjaman modal masih rendah, pengelolaan keuangan belum maksimal. Metode yang digunakan dalam pencapaian tujuan tersebut adalah metode sosial dan partisipatif dengan memberikan pelatihan dan pendampingan usaha kepada mitra mengenai peningkatan kompetensi mitra dari aspek sumber daya manusia, aspek pemasaran dan aspek keuangan. Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat memberikan solusi terhadap permasalahan mitra berupa peningkatan kompetensi pada mitra dalam menjalankan usahanya sesuai dengan fungsi-fungsi manajemen, peningkatan kemampuan mitra dalam mengelola media sosial sebagai alat promosi produk melalui pembuatan konten yang baik dan peningkatan kemampuan mitra dalam pemahaman pencarian sumber modal melalui online sebagai modal usaha dalam pengembangan usaha*

**Kata kunci** : Digital Content Marketing, Financial Technology Lending

### **Abstract**

*Jambi Batik product is one of the mainstay products of the creative industry from Jambi City. Batik Zhorif Jambi in carrying out marketing activities has used online media to market its products, but it is not optimal in managing promotional content on these media. Partners in this service are the Zhorif Batik Gallery in Teluk Danau Kecamatan, Jambi City. Partner problems that are prioritized to be resolved are (1) the implementation of management functions in partners is not optimal, time management in work is not yet organized, does not have a strategy in business with partners, such as the formulation of goals and in decision making; (2) understanding of IT is still low, providing information content on social media is not attractive and clear, not consistent in social media management; (3) understanding of partners is still low in terms of finding sources of capital, motivation regarding the procedure for borrowing capital is still low, financial management is not optimal. The methods used in achieving these goals are social and participatory methods by providing training and business assistance to partners regarding increasing partner competence from the aspects of human resources, marketing aspects and financial aspects. The results of community service activities can provide solutions to partner problems in the form of increasing competence of partners in running their business in accordance with management functions, increasing the ability of partners in managing social media as a product promotion tool through creating good content and increasing partners' abilities in understanding search sources of capital through online as business capital in business development*

**Keywords** : Digital Content Marketing, Financial Technology Lending

## 1. PENDAHULUAN

Pertumbuhan perekonomian di Indonesia diharapkan dapat terus meningkat dari tahun ke tahun. Dunia usaha semakin meningkat dan tumbuh, terutama di Provinsi Jambi. Berdasarkan data survey dari Badan Pusat Statistik Provinsi Jambi pada tahun 2019, Provinsi Jambi pada tahun 2018 memiliki 33.495 Usaha Kecil Menengah (UKM). Jumlah tersebut tersebar pada Kotamadya dan Kabupaten di Provinsi Jambi, penyebaran sebagai berikut :



Sumber : Badan Pusat Statistik Provinsi Jambi, 2019

**Gambar 1.** Persentasi Usaha Kecil Menengah Berdasarkan Kabupaten, 2018

Pada tahun 2018, persentasi jumlah UKM terbesar adalah Kota Jambi, dimana jumlah UKM di Kota Jambi sebesar 29% dari total UKM di Provinsi Jambi. Ibu Kota dari Provinsi Jambi adalah Kota Jambi, dimana kota Jambi terdiri 11 Kecamatan. Pada wilayah pulau Sumatera, Kota Jambi termasuk kota pertama untuk mengembangkan kerajinan batik. Haji Muhibat merupakan seseorang yang berasal dari Pulau Jawa, beliau yang memperkenalkan batik ke Kota Jambi. Batik Jambi merupakan produk khas daerah Jambi yang sangat penting untuk dikembangkan sehingga dapat berperan dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia, khususnya daerah Jambi. Daerah sentral penghasil batik di Kota Jambi yang terkenal yaitu di Seberang Kota Jambi, lebih tepatnya di Kecamatan Danau Teluk. Terdapat banyak Usaha Kecil Menengah (UKM) pengrajin batik pada daerah tersebut, diantaranya yaitu Batik Jambi Zhorif. Perempuan kelahiran asli dari Seberang Kota Jambi, bernama Atiah Muhammad merupakan pendiri dari Batik Jambi Zhorif, beliau mulai merintis dari tahun 1982.

Berdasarkan hasil survey, pengamatan mengenai pertumbuhan usaha pada Batik Jambi Zhorif cenderung tidak mengalami peningkatan padahal produk yang dihasilkan memiliki potensi yang sangat besar untuk dipasarkan.



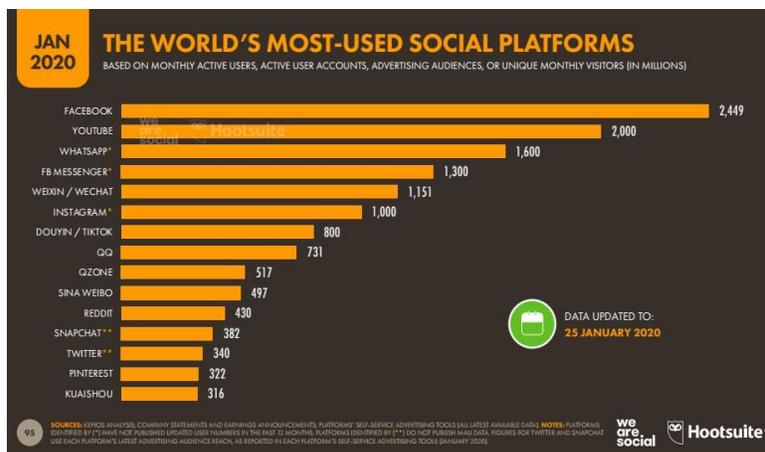
**Gambar 2.** Kondisi Batik Jambi Zhorif

Industri kreatif yaitu suatu industri hasil kreativitas, keterampilan dan bakat dari seseorang yang dapat mewujudkan kesejahteraan dan membuka lapangan pekerjaan (Departemen Perdagangan RI, 2009; h.5). Produk Batik Jambi, merupakan salah satu produk industri kreatif andalan dari Kota Jambi. Pengembangan produk sangat

diutamakan dalam suatu usaha, dimana inovasi dan kreatifitas dalam pelaku usaha sangat berperan. Beberapa negara maju telah mengenal industri kreatif dari Indonesia, seperti di Bandung Jawa Barat telah dikenal sebagai lahirnya industri kreatif di Internasional, hendaknya Kota Jambi juga tumbuh menjadi kota yang kreatif. Kompetensi kewirausahaan sangat dibutuhkan bagi pelaku usaha, diantaranya *managerial skill, conceptual skill, human skill, decision making skill, time managerial skill*. Kompetensi kewirausahaan merupakan kemampuan utama sebagai pondasi bagi para pelaku usaha untuk dapat meningkatkan usahanya.

Persaingan dalam dunia usaha semakin tinggi, terlebih dari setiap daerah sebagian besar memiliki produk batik khas daerah masing-masing. Batik Zhorif Jambi dalam melakukan kegiatan pemasaran telah menggunakan media online untuk memasarkan produknya. Data media sosial yang telah disurvei oleh *We Are Social* pada tahun 2020 adalah

Persaingan dalam dunia usaha semakin tinggi, terlebih dari setiap daerah sebagian besar memiliki produk batik khas daerah masing-masing. Batik Zhorif Jambi dalam melakukan kegiatan pemasaran telah menggunakan media *online* untuk memasarkan produknya. Data media sosial yang telah disurvei oleh *We Are Social* pada tahun 2020 adalah



Sumber : We Are Social (2020)

Gambar 3. Data Sosial Media per Januari 2020

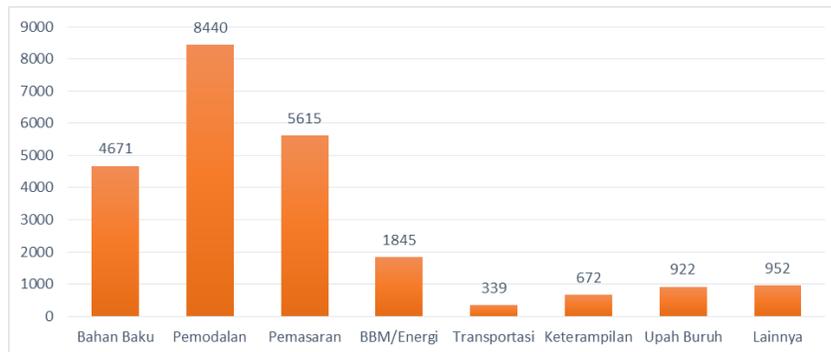
Berdasarkan hasil data tersebut, platforms tertinggi pada media sosial adalah facebook, hal ini dapat menjadi acuan bagi pelaku usaha untuk memasarkan produknya. Batik Jambi Zhorif telah memasarkan produknya melalui media sosial facebook, tetapi kurang maksimal dalam pengelolaan konten promosi pada media tersebut, dapat dilihat :



Gambar 4. Media Sosial Batik Jambi Zhorif

Terlihat pada gambar, jumlah teman pada akun facebook berjumlah 3.157 sedangkan saat Batik Jambi Zhorif membuat suatu konten promosi terhadap produknya respon dari teman akun tersebut hanya sedikit. Hal tersebut menggambarkan bahwa daya tarik informasi yang disampaikan kurang maksimal, sehingga dalam pengelolaan media sosial membutuhkan pengelolaan konten yang baik dalam penyampaian informasi. Sosial media merupakan strategi pemasaran untuk meluaskan jaringan pemasaran. Strategi yang paling tepat dalam menjangkau konsumen secara luas dan mengalami perkembangan yang sangat cepat adalah strategi yang terfokus kepada *digital content marketing* (Elkin; 2017).

Pertumbuhan dalam peningkatan usaha Batik Jambi Zhorif pada sisi lain mengalami kendala dengan permodalan, hal ini sesuai dengan hasil survey Badan Pusat Statistik Provinsi Jambi tahun 2019, yaitu



Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Jambi, 2019

**Gambar 5.** Jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Menurut Kriteria Kendala

Permasalahan terbesar jika dilihat pada gambar 1 merupakan permasalahan dalam pemodalan, yaitu sebanyak 8.440 UMKM di Provinsi Jambi yang mengalami permasalahan permodalan. Perkembangan teknologi membawa peran penting juga terhadap keuangan. Munculnya *financial technology* berpotensi untuk memberikan solusi terhadap permasalahan pada UMKM. Penerbitan peraturan pemerintah melalui OJK pada tahun 2016 mengenai adanya layanan keuangan berbasis teknologi dengan fungsi pinjaman uang dan pemberi pinjaman uang, dimana memberikan suatu tempat atau media dengan elektronik melalui internet yang kegiatannya adalah membuat pertemuan dari pemberi pinjaman ke penerima pinjaman yang selanjutnya dilakukan suatu perjanjian pinjam meminjam dana dalam bentuk rupiah, layanan ini adalah *financial technology lending*. Berdasarkan analisis situasi, ketertarikan tim pengabdian sangat tinggi dalam meningkatkan usaha Batik Jambi Zhorif dengan memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi

Permasalahan mitra yang diambil berdasarkan analisis situasi, disimpulkan menjadi 3 aspek dalam ilmu manajemen, yaitu aspek sumber daya manusia, aspek pemasaran dan aspek keuangan. Uraian permasalahan adalah : (1) aspek sumber daya manusia, yaitu pelaksanaan fungsi manajemen pada mitra belum maksimal, pengelolaan waktu dalam pekerjaan belum terorganisir, belum memiliki strategi dalam usaha pada mitra, seperti perumusan tujuan dan dalam pengambilan keputusan; (2) aspek pemasaran, yaitu pemahaman mengenai IT masih rendah, memberikan konten informasi pada media sosial belum menarik dan jelas, belum konsisten dalam pengelolaan media sosial; (3) aspek keuangan, pemahaman mitra masih rendah dalam hal pencarian sumber modal, motivasi mengenai prosedur peminjaman modal masih rendah, pengelolaan keuangan belum maksimal.

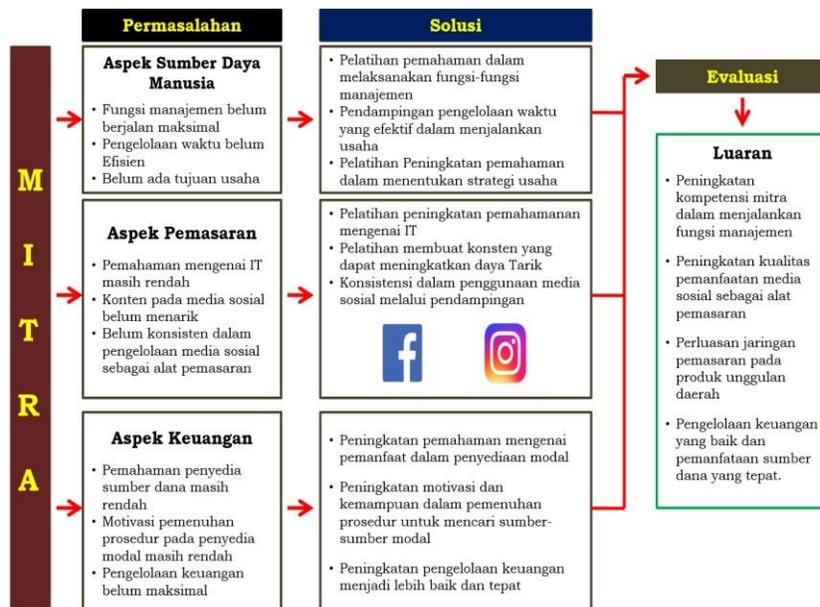
## 2. METODE

Pendekatan sosial dan partisipatif merupakan metode pelaksanaan yang dilakukan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Pertimbangan dalam pemilihan pendekatan bertujuan untuk meningkatkan kesadaran pada mitra bahwa mitra harus menyelesaikan permasalahan sendiri dan mendapat bantuan dari Universitas Jambi melalui tim pengabdian kepada masyarakat. Mitra ikut terlibat langsung dalam penyelesaian masalahnya, secara intensif tim pengabdian kepada masyarakat berkomunikasi dan berkoordinasi dengan mitra sehingga dapat memberikan motivasi bagi mitra untuk dapat bangkit menyelesaikan masalah. Pelatihan dan pendampingan merupakan pemilihan metode pelaksanaan dari tim, batasan aspek dalam pembahasan adalah aspek sumber daya manusia, aspek pemasaran dan aspek keuangan.

Kegiatan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dalam mengatasi permasalahan pada mitra, maka disusun rencana kegiatan yang akan dilakukan : (1). Persiapan, tahap ini meliputi kegiatan : mengidentifikasi

permasalahan yang dihadapi oleh mitra dengan berdiskusi menyatukan persepsi dan pandangan pada mitra. Tim menawarkan solusi kepada mitra dalam penyelesaian permasalahan. Harapannya meningkatkan motivasi pada mitra dalam hal peningkatan kompetensi kewirausahaan, pengetahuan dalam pengelolaan media sosial dan efektifitas dalam keputusan untuk penggunaan sumber modal yang tersedia; koordinasi dengan pemerintah, terutama pemerintah pada Kecamatan Danau Teluk Kota Jambi dengan fungsi menambah informasi situasi lingkungan dan kepentingan administrasi pada kegiatan ini; persiapan internal pada tim, dengan menyatukan keahlian pada bidang masing-masing dalam mengatasi permasalahan yang dihadapi pada mitra yaitu, dalam aspek sumber daya manusia, aspek pemasaran dan aspek keuangan; persiapan tenaga yang membantu pelaksanaan pada kegiatan ini, yaitu mahasiswa yang berjumlah 3 orang dari Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Mahasiswa membantu pada pelaksanaan pelatihan dan pemantauan dari hari kegiatan pasca pelatihan dan pendampingan serta persiapan dokumentasi pada kegiatan; (2) Pelaksanaan, tahap ini meliputi kegiatan ; melakukan kegiatan pelatihan dan pendampingan dalam peningkatan kompetensi kewirausahaan, dimana kegiatan mengenai pemahaman mitra dalam menjalankan fungsi-fungsi manajemen dan pengelolaan waktu dalam menjalankan usaha; melakukan kegiatan pelatihan dan pendampingan dalam pengelolaan sosial media sebagai alat dalam kegiatan pemasaran, dimana kegiatan mengenai pemahaman mitra dalam menjalankan strategi pemasaran untuk mendesain konten pada sosial media sehingga menjadi lebih menarik dan informasi yang disajikan jelas. Hal ini diharapkan mitra dapat memperluas jaringan pemasaran dan dapat mengenalkan produk khas daerah secara global; melakukan kegiatan pelatihan dalam meningkatkan pemahaman dan motivasi mitra untuk pemanfaatan sumber dana sebagai modal. Kegiatan ini diharapkan mitra dapat memahami prosedur dan penyedia dana sebagai sumber modal serta dalam meningkatkan kinerja keuangan pada usahanya dengan pengelolaan keuangan yang baik dan benar; (3) Pemantauan; pemantauan mengenai perkembangan mitra dalam menjalankan usaha sesuai dengan fungsi-fungsi manajemen serta ketepatan waktu mitra dalam menyelesaikan kegiatan pada usahanya; Pemantauan mengenai perkembangan konten media sosial mitra dan kemampuan mitra dalam merespon tanggapan dari konsumen pada media sosial; pemantauan mengenai keuangan mitra dalam hal posisi keadaan keuangan baik dari sisi modal maupun dalam pengelolaan transaksi keuangan serta kemampuan mitra dalam pemanfaatan sumber-sumber modal. (4) Evaluasi; evaluasi pada peningkatan kompetensi mitra dalam menjalankan usahanya yang mengacu kepada fungsi- fungsi manajemen; evaluasi pada pengelolaan sosial media sebagai konten pemasaran yang baik dan peningkatan perluasan jaringan terhadap kegiatan pemasaran mitra; evaluasi pada peningkatan pengelolaan keuangan yang baik pada mitra dan peningkatan kinerja keuangan usaha; penyusunan laporan kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

Kegiatan yang dilakukan pada tim pengabdian kepada masyarakat dalam mengatasi permasalahan mitra, dengan langkah-langkah yang dapat disimpulkan sebagai berikut :



Gambar 6. Alur Kegiatan

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dimulai dengan tahap persiapan, dimana tahap persiapan dilakukan kegiatan rapat tim pada tanggal 03 Juli 2020 yang bertempat di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Pembahasan pada rapat tim merancang pelaksanaan kegiatan yaitu waktu dan tempat pelaksanaan, tim berkoordinasi dengan mitra untuk kesepakatan mengenai waktu dan tempat. Pada rapat tim ini, dilakukan juga pembahasan mengenai materi yang akan disampaikan sehingga dapat memberikan solusi yang tepat kepada mitra.

Pada tanggal 08 Agustus 2020, tim melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Batik Zhorif Jambi, Kelurahan Ulu Gedong Kecamatan Danau Teluk Kota Jambi. Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, tim dibantu oleh 3 (tiga) orang mahasiswa Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Peserta yang hadir dalam kegiatan ini selain Batik Zhorif Jambi sebagai mitra dalam pengabdian ini, tim mengundang pelaku usaha batik lainnya untuk mengikuti kegiatan ini. Pelaku usaha batik Jambilainya yaitu, Batik Aan, Batik Ning, Batik Sifia, Batik Zamzami, Batik Diana, Batik Dira, Batik Rifandi, Batik Jambi Bunga Matahari, Batik Ango Putih, Batik Siti Hajir, Batik Jambi Rezeki, Batik 2424, Batik Hj. Nurmah, Batik Tampuk Manggis, Batik Annisa MP, Batik Widia, Batik Nina, Batik Mawar, Batik Mentari dan lainnya.



**Gambar 7.** Foto bersama Tim dan Peserta

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan metode pelatihan dan diskusi, tahapan pada kegiatan ini sebagai berikut :

#### 1. Pelatihan Peningkatan Kompetensi Kewirausahaan

Materi pada pelatihan ini berfungsi untuk meningkatkan pemahaman bagi mitra dalam menjalankan fungsi- fungsi manajemen. Fungsi-fungsi manajemen yang terdiri dari fungsi perencanaan, fungsi pengorganisasian, fungsi pelaksanaan dan fungsi pengawasan dijelaskan secara detail dan diberikan contoh-contoh dengan kondisi saat ini dalam menjalankan usaha. Mitra juga dibekali dengan keahlian-keahlian manajerial dalam meningkatkan kompetensi mitra, dimana materi yang disampaikan mengenai keahlian teknis, keahlian berkomunikasi, keahlian konseptual, keahlian dalam pengambilan keputusan, keahlian dalam mengelola waktu dan keahlian dalam teknologi. Peningkatan pemahaman mitra terhadap materi yang disampaikan dapat membantu mitra lebih terarah dalam menjalankan usahanya.

#### 2. Pelatihan dan Pendampingan *Digital Content Marketing*

Peningkatan pemahaman mitra dalam membuat konten pada media sosial sebagai alat promosi sangat penting. Penyajian informasi yang tepat dan menarik akan menciptakan daya tarik bagi konsumen dalam membeli suatu produk. Materi yang disampaikan mengenai faktor-faktor yang mendukung agar terciptanya konten yang baik pada media digital, faktor-faktor tersebut dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 8. Faktor Konten Digital

Pada tahapan pelatihan ini, peserta diminta membuat minimal 1 (satu) konten yang diunggah pada media sosial masing-masing dan tim melakukan pendampingan dalam pembuatan konten tersebut. Pemahaman mitra mengenai *digital content marketing* sangat penting dalam perluasan jaringan pemasaran terutama dalam memasarkan produk khas daerah baik ditingkat nasional maupun internasional.

3. Pelatihan dan Pendampingan *Financial Technology Lending*

Materi pelatihan ini mengenai pentingnya *financial technology* bagi UMKM. Permasalahan terbesar pada UMKM merupakan permasalahan dalam pemodalannya, dengan munculnya *financial technology* berpotensi untuk memberikan solusi terhadap permasalahan tersebut. Manfaat yang dapat dirasakan dengan adanya *financial technology* dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 9. Peran *Financial Technology* di Indonesia

Dalam pelatihan ini, peserta juga dijelaskan mengenai *financial technology lending*, dimana mitra dapat melakukan pinjam meminjam modal secara *online*, hal ini berdasarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor: 77/POJK.01/2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi. Tim melakukan pendampingan dengan memberikan contoh melalui *website* perusahaan yang terdaftar pada Otoritas Jasa Keuangan. Peningkatan pemahaman mitra dalam *financial technology lending* sangat bermanfaat dalam mendukung pemanfaatan permodalan.

Penjelasan materi pelatihan dan kegiatan pendampingan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat dilakukan sesuai dengan rencana. Pemahaman materi mengenai kompetensi kewirausahaan, *digital content*

*marketing* dan *financial technology lending* dapat membantu mitra mendapatkan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi. Peserta dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini sangat antusias dan aktif dalam berdiskusi.



**Gambar 10.** Foto Peserta Pelatihan

Peningkatan kompetensi kewirausahaan bagi pelaku usaha Batik Jambi dapat meningkatkan pengetahuan mitra dalam menjalankan fungsi-fungsi manajemen dalam usahanya. *Digital content marketing* sangat penting dalam perluasan jaringan pemasaran terutama dalam memasarkan produk khas daerah khususnya Batik Jambi baik ditingkat nasional maupun internasional. Peningkatan pemahaman mitra dalam *financial technology lending* sangat bermanfaat dalam mendukung pemanfaatan permodalan dan pencairan sumber modal untuk mengembangkan usaha

#### 4. KESIMPULAN

Mitra memberikan respon yang positif. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat telah dilaksanakan sesuai dengan rencana awal. Peserta yang hadir dalam kegiatan ini selain Batik Zhorif Jambi sebagai mitra, tim mengundang pelaku usaha batik lainnya. Peserta sangat antusias dan aktif dalam berdiskusi. Kegiatan ini dapat memberikan solusi terhadap permasalahan mitra berupa peningkatan kompetensi pada mitra dalam menjalankan usahanya sesuai dengan fungsi-fungsi manajemen, peningkatan kemampuan mitra dalam mengelola media sosial sebagai alat promosi produk melalui pembuatan konten yang baik dan peningkatan kemampuan mitra dalam pemahaman pencarian sumber modal melalui online sebagai modal usaha dalam pengembangan usaha

#### 5. SARAN

Perluasan jaringan pemasaran dan penguatan permodalan bagi pelaku UMKM khususnya pelaku usaha Batik Jambi sangat bermanfaat untuk keberlangsungan usahanya. Produk khas daerah sangat potensial untuk dikembangkan. Peran pemerintah dalam mendampingi peningkatan usaha UMKM sangat dibutuhkan sehingga UMKM khususnya untuk produk khas daerah dapat meningkatkan kinerja usahanya.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat mendapat bantuan dana dari Universitas Jambi, sehingga dapat terlaksana dengan baik. Terima kasih disampaikan kepada Universitas Jambi yang telah memberikan bantuan dana dan dukungan moral.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik (2018), Potensi Usaha Mikro Kecil Provinsi Jambi, BPS Provinsi Jambi Badan Pusat Statistik (2018), Profil Industri Mikro Kecil Provinsi Jambi 2018, BPS Provinsi Jambi
- Ekasari, N., Hasanah, N., Chairunnisa, F., & Siregar, A. P. (2019). Model Performance Supported SMEs Strategy-Based Applications Through E-Money Gofood Business Customer Satisfaction and Grabfood. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 3(2), 129-136.
- Ekasari, N., Hasanah, N., Siregar, A. P., Sari, N., & Nifita, A. T. (2019). Implementasi Digital Marketing dan Inovasi Kemasan Kue Bengen Produk Kuliner Khas Jambi. *Jurnal Inovasi, Teknologi dan Dharma Bagi Masyarakat*, 1(1), 37-42.

- Elkin, Tobi (2017), "Global Content Marketing Revenues Poised for 14% Growth in 2017," at: <https://www.mediapost.com/publications/article/305786/global-content-marketing-revenues-poised-for-14-g.html>, Accessed date: 18 January 2018.
- Ihsan, M., Rosyid, G. Y., & Siregar, A. P. (2019). Strategi Positioning dan Citra Destinasi Objek Wisata Air Danau Sipin Jambi. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 4(2), 205-210.
- Ihsan, M., & Siregar, A. P. (2019). Pengaruh E-service Quality Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Ojek Online Go-Ride dalam Aplikasi Go-Jek melalui Kepercayaan Konsumen di Kota Jambi. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 4(1), 170-175.
- Ihsan, M., & Siregar, A. P. (2020). Peran Preferensi Memediasi Pengaruh Revitalisasi Produk Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Objek Wisata Danau Sipin Jambi. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 4(1), 100-105.
- Ihsan, M., & Siregar, A. P. (2018). The Influence of Promotional Cost Againsts Sales Volume Product Batik Jambi Selaras Pinang Masak in Jambi City. *Journal of Business Studies and Management Review*, 1(2), 52-55.
- Machpudin, A., Nifita, A. T., Rosyid, G. Y., & Siregar, A. P. (2020). Peran Minat Memediasi Pengaruh Quality Service Transaksi Digital terhadap Customer Satisfaction Pengguna Layanan OVO. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 5(1), 1-4.
- Nifita, A. T., Rosyid, G. Y., & Siregar, A. P. (2018). Pengaruh Bauran Komunikasi Pemasaran Produk Lacak terhadap Minat Konsumen pada Galery Zhorif di Seberang Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 7(2), 121-126.
- Nifita, A. T., & Siregar, A. P. (2018). The Role of Consumer Confidence as A Mediating Influence Viral Marketing of Visiting Kampoeng Radja Jambi. *Journal of Business Studies and Management Review*, 2(1), 47-52.
- Octavia, A., Sriayudha, Y., & Perdana, A. (2018). Peningkatan Daya Saing Produk Unggulan Daerah Usaha Kerupuk Ikan Di Kecamatan Pelayangan Seberang Kota Jambi. *Prosiding PKM-CSR*, 1, 1378-1386.
- Octavia, A., Sriayudha, Y., & Siregar, A. P. (2018). Peningkatan Daya Saing Produk Unggulan Daerah Usaha Kerupuk Ikan Di Kecamatan Pelayangan Seberang Kota Jambi. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, 1, 1378-1386.
- Octavia, A., Sriayudha, Y., Widiastuti, F., & Siregar, A. P. (2019). Pendampingan Manajemen Usaha dan Penggunaan Mesin Pengering Kerupuk di UKM Pelayangan Kota Jambi. *Jurnal Inovasi, Teknologi dan Dharma Bagi Masyarakat*, 1(1), 1-8.
- Sari, N., & Siregar, A. P. (2019). Pengaruh Food Quality, Price, Service Quality dan Perceived Value terhadap Customer Loyalty pada Restoran Aneka Rasa Jambi dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 4(2), 368-374.
- Solikhin, A., Hasbullah, H., Sriayudha, Y., & Siregar, A. P. (2019). Inovasi Produk Sambal Lingkung Berbasis Teknologi Sebagai Upaya Peningkatan Usaha Umkm Kecamatan Pelayangan Kota Jambi. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, 2, 324-331.
- Solikhin, A., Ikhsan, M., Machpudin, A., Jamal, J., & Siregar, A. P. (2019). Peningkatan Kemampuan Pengelolaan Usaha Bagi Pelaku Usaha Batik Jambi melalui Pelatihan dan Pendampingan Manajemen Keuangan. *Jurnal Inovasi, Teknologi dan Dharma Bagi Masyarakat*, 1(1), 9-14.
- Solikhin, A., Lubis, T. A., & Siregar, A. P. (2020). Role of Corporate Reputation in Corporate Social Responsibility Relations to Firm Performance in Jambi Province. *PROCEEDING MICEB (Mulawarman International Conference On Economics and Business)*, 2, 43-50.
- [OECD] Organization for Economics Co-operation Development. 2016. *Measuring Financial Literacy: Questionnaire and Guidance Notes for Conducting an Internationally Comparable Survey of Financial Literacy*. INFE.
- [OJK] Otoritas Jasa Keuangan. 2016. *Salinan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi*. Jakarta (ID): OJK.
- [OJK] Otoritas Jasa Keuangan. 2016. *Rancangan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan tentang Peningkatan Literasi dan Inklusi Keuangan di Sektor Jasa Keuangan untuk konsumen dan/atau, masyarakat*. Jakarta (ID): OJK.
- Undang-undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan.  
<https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia>