

Sinergi Digital Marketing dan Akuntansi Dengan Membekali Mahasiswa Melalui Kompetensi Bisnis di Era Teknologi Ekonomi

Khairunnisa*, Muhammad Fathoni, Ikang Murapi, Dewa Ayu Oki Astarini

¹Universitas bumigora mataram, indonesia, nisa@universitasbumigora.ac.id

²Universitas bumigora mataram, indonesia, muhammad.fathoni@universitasbumigora.ac.id

³Universitas bumigora mataram, indonesia, ikangmurapi11@universitasbumigora.ac.id

⁴Universitas bumigora mataram, indonesia, astarini.oki@universitasbumigora.ac.id

(*Corresponding Author)

PENGUTIPAN:

Khairunnisa, Fathoni, M. ., Murapi, I. ., & Astarini, D. A. O. . (2025). Sinergi Digital Marketing dan Akuntansi Dengan Membekali Mahasiswa Melalui Kompetensi Bisnis di Era Teknologi Ekonomi. *Jurnal Zentrum Mengabdi*, 2(1), 20-29.

Abstrak: Salah satu bentuk pengabdian kepada masyarakat adalah dengan melakukan kegiatan pelatihan dengan tema Sinergi Digital Marketing dan Akuntansi: Membekali Mahasiswa dengan Kompetensi Bisnis di Era Teknologi Ekonomi merupakan program yang dilaksanakan oleh dosen dan mahasiswa program studi akuntansi Universitas Bumigora. Program ini dirancang untuk memberikan pelatihan dan pendampingan yang terstruktur, sehingga mahasiswa siap menghadapi tantangan di dunia kerja yang semakin dinamis. Program pengabdian kepada masyarakat ini dirancang dengan pendekatan partisipatif yang menempatkan mahasiswa sebagai subjek aktif dalam seluruh tahapan kegiatan. Pendekatan ini dipilih untuk menciptakan proses pembelajaran yang bersifat kolaboratif dan aplikatif. Kegiatan ini bertujuan untuk mentransfer ilmu digital marketing dan akuntansi dan menumbuhkan pemahaman praktis, sikap tanggung jawab, dan rasa kepemilikan terhadap proses pembelajaran yang kontekstual. Strategi pelaksanaan kegiatan ini dilakukan secara bertahap selama 3 hari dan diikuti oleh 115 mahasiswa fakultas akuntansi dari semester satu sampai semester delapan dengan proses tahapan sebagai berikut Pelatihan Teori dan Praktik, Pendampingan Proyek Simulasi, Evaluasi dan Diskusi. Secara keseluruhan, program ini berhasil mencapai tujuan utamanya, yaitu membekali mahasiswa dengan keterampilan praktis dalam merancang strategi pemasaran digital serta memahami implikasinya terhadap aspek keuangan bisnis.

Kata kunci: Akuntansi, Digital Marketing, Kompetensi Bisnis di Era Teknologi Ekonomi

Abstract: The Accounting Competition Program is a form of community service Synergy of Digital Marketing and Accounting: Equipping Students with Business Competencies in the Era of Economic Technology is a program implemented by lecturers and students of the accounting study program at Bumigora University. This program is designed to provide structured training and mentoring, so that students are ready to face challenges in the increasingly dynamic world of work. This community service program is designed with a participatory approach that places students as active subjects in all stages of the activity. This approach was chosen to create a collaborative and applicable learning process. This activity aims to transfer

digital marketing and accounting knowledge and foster practical understanding, a sense of responsibility, and a sense of ownership of the contextual learning process. The strategy for implementing this activity was carried out in stages for 3 days and was attended by 115 accounting faculty students from semester one to semester eight with the following stages: Theory and Practice Training, Simulation Project Mentoring, Evaluation and Discussion. Overall, this program succeeded in achieving its main objective, namely to equip students with practical skills in designing digital marketing strategies and understanding their implications for the financial aspects of the business.

Keywords: *Accounting, Digital Marketing, Business Competence in the Era of Economic Technology*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang begitu cepat secara langsung membawa perubahan besar bagi Indonesia, dampak yang begitu cepat mempengaruhi semua sector Pendidikan, perekonomian, social, budaya, dan lain-lain. Tentu hal tersebut akan dibarengi dengan peningkatan sumber daya manusia sehingga bisa terus mengembangkan teknologi untuk bisa dimanfaatkan. Profesional akuntansi juga perlu mengembangkan keterampilan digital agar dapat memanfaatkan teknologi dengan baik. Dalam menghadapi era digital, peran profesional akuntansi juga mengalami perubahan. Selain sebagai pengolah data keuangan, akuntan juga berperan sebagai konsultan dan penasihat bisnis. Peningkatan kompetensi dan pembelajaran seumur hidup menjadi kunci dalam menghadapi transformasi digital ini. Perkembangan teknologi yang signifikan tersebut memungkinkan proses akuntansi menjadi terintegrasi, sistematisasi dan otomatisasi dalam meningkatkan akurasi dan kecepatan pelaporan keuangan (Murapi & Astarini, 2023).

Berkembangnya sektor teknologi dan informasi akan membuat manusia mendapatkan berbagai informasi dari seluruh belahan dunia, bahkan yang paling pelosok sekalipun dengan waktu yang relatif singkat. Hal tersebut tentu menjadi solusi dan kemudahan dengan kemajuan teknologi dan pemerintah harus mendukung perkembangan dan kemajuan dibidang teknologi. Sebagai modal dengan adanya teknologi ini tentu akan mendukung kemajuan dibidang lainnya dalam hal ini terkait dengan akuntansi, sehingga perkembangan akuntansi di era digitalisasi akan dirasakan manfaatnya (Isnawati, Effendy & Indriani, 2021). Dengan kemajuan seperti ini otomatis perkembangan ekonomi Indonesia akan berdampak dengan kemajuan teknologi dan Sumber Daya Manusia (SDM) yang nantinya membawa bangsa Indonesia sejajar dengan negara maju. Hal tersebut tentunya bmenjadi perhatian semua pihak terutama pemerintah pusat harus berani mengalokasikan dana APBN untuk kemajuan teknologi dan mempersiapkan Sumber Daya Manusia (SDM) yang melek terhadap teknologi (Atiah, 2020).

Menurut (Latifah, S. E., Junaidi., 2020), hal ini terjadi karena akuntansi bukan hanya sebatas suatu bidang keahlian saja, melainkan bahasa bisnis (language of business). Artinya, seorang akuntan menjadi sosok yang penting bagi publik sampai kapan pun karena seorang akuntan memiliki tanggung jawab untuk menginformasikan laporan keuangan suatu instansi kepada pihak internal maupun eksternal. Secara tidak langsung, seorang akuntan pastinya akan selalu berhubungan dengan manusia lainnya dan ini tidak bisa dilakukan oleh robot atau mesin. Era revolusi industri 4.0, kemajuan teknologi membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk sektor bisnis. Digitalisasi tidak hanya menciptakan peluang baru, tetapi juga menuntut adanya keterampilan tambahan bagi calon profesional, khususnya di bidang akuntansi (Puspita, Yenny; Fitriani, Yessi; Astuti, Sri; Novianti, 2020). Mahasiswa akuntansi yang sebelumnya hanya fokus pada penguasaan laporan keuangan kini harus mampu memahami dan memanfaatkan teknologi digital dalam proses bisnis. Salah satu bidang yang relevan adalah *digital marketing*, yang memegang peranan penting dalam meningkatkan daya saing dan profitabilitas perusahaan (Rosmida, 2019).

Perkiraan tersebut tentu sudah berdasarkan Analisa data dan penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh para ahli, hal inilah yang menjadi dasar untuk membangun ekonomi berdasarkan teknologi. Pemanfaatan teknologi harus segera dilakukan khususnya Indonesia sebagai negara dengan sumber daya manusia yang besar, sehingga menjadi tugas utama pemerintah membangun pusat-pusat teknologi yang bisa dimanfaatkan oleh public sebagai upaya pengembangan kualitas diri (Murapi, 2022). Kemampuan dalam menguasai teknologi menjadi kewajiban setiap akuntan sebagai sarana mempermudah dalam pembuatan laporan keuangan. Tentu menjadi kewajiban para pengajar untuk memberikan bekal dan landasan yang kuat bagaimana penggunaan teknologi dalam akuntansi, memanfaatkan teknologi secara positif dengan tujuan membangun perusahaan-perusahaan dan pemerintah dengan laporan keuangan terhubung secara online dan transparan dan akuntabel (Murapi & Astarini, 2023).

Akuntan juga harus beradaptasi dengan lingkungan kehidupan yang multikultural, mengingat Sumber Daya Manusia (SDM) yang digunakan oleh perusahaan di era Society 5.0 tidak hanya berasal dari daerah sekitarnya saja, melainkan dapat menjangkau daerah lainnya atau bahkan luar negeri (Anitsa et al., 2021). Akuntan masa depan harus memiliki wawasan luas, mengikuti perkembangan secara aktual, dan secara berkelanjutan terus berinovasi seiring dengan teknologi untuk menghasilkan terobosan-terobosan baru di dunia akuntansi. Jika akuntan tidak memiliki keterampilan ideal dalam teknologi informasi, maka peran akuntan akan tergantikan, sehingga dapat disebutkan bahwa teknologi informasi merupakan persyaratan inti yang perlu dipelajari dan dipahami oleh akuntan (Renaldo et al., 2023). Oleh karena itu, perlu adanya dukungan dari organisasi akuntansi, misalnya Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) dan universitas untuk memastikan bahwa seorang akuntan muda sedini mungkin dilengkapi dengan wawasan dan kemampuan teknologi (Monica, 2022).

Informasi perkembangan akuntansi di era digitalisasi diatas, maka akan sangat besar kemudahan dan manfaat yang akan diperoleh bagi para akuntan yang menguasai teknologi dengan kolaborasi dengan kemampuan digital marketing (Zhao et al., 2022). Hal ini akan menguntungkan bagi seorang akuntan karena waktu yang dibutuhkan untuk menyajikan laporan keuangan menjadi lebih singkat selain itu akuntan juga tidak perlu melakukan pencatatan data transaksi secara manual. Namun, keuntungan seperti ini yang pada akhirnya menjadi ancaman bagi seorang akuntan karena perusahaan hanya akan membutuhkan akuntan dalam jumlah yang lebih sedikit (Al-Htaybat, K., & von Alberti-Alhtaybat, 2017). Hal inilah yang menjadi perhatian yang sangat serius, jangan sampai perkembangan teknologi akan berdampak terhadap kebutuhan terhadap calon akuntan.

Berdasarkan ancaman diatas dan hasil survey awal di Universitas Bumigora yang menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa akuntansi belum memiliki pemahaman yang memadai tentang bagaimana digital marketing dapat memengaruhi laporan keuangan dan keputusan bisnis. Padahal, integrasi antara digital marketing dan akuntansi tidak hanya membantu perusahaan memahami dampak strategi pemasaran terhadap keuangan, tetapi juga membuka peluang karier yang lebih luas bagi lulusan akuntansi. Pengabdian ini menjadi bekal kepada mahasiswa untuk mendapatkan ilmu yang lebih besar terkait dengan perkembangan akuntansi, memperkenalkan akuntansi digitalisasi dan potensi kemas depan terhadap kebutuhan perusahaan terhadap para akuntan.

Melalui program pengabdian kepada masyarakat ini, diharapkan mahasiswa akuntansi Universitas Bumigora dapat mengembangkan keterampilan strategis di bidang digital marketing dan memahami relevansinya dengan akuntansi. Kondisi yang diharapkan dari kegiatan ini adalah terciptanya mahasiswa yang tidak hanya kompeten dalam aspek teknis akuntansi, tetapi juga mampu memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung pengambilan keputusan bisnis secara holistik. Program ini dirancang untuk memberikan pelatihan dan pendampingan yang terstruktur, sehingga mahasiswa siap menghadapi tantangan di dunia kerja yang semakin dinamis.

METODE

Program pengabdian kepada masyarakat ini dirancang dengan pendekatan partisipatif yang menempatkan mahasiswa sebagai subjek aktif dalam seluruh tahapan kegiatan. Pendekatan ini dipilih untuk menciptakan proses pembelajaran yang bersifat kolaboratif dan aplikatif, di mana mahasiswa tidak hanya menjadi penerima pengetahuan, tetapi juga turut membentuk pengalaman belajar mereka sendiri. Kegiatan ini tidak semata bertujuan untuk mentransfer ilmu digital marketing dan akuntansi, tetapi juga untuk menumbuhkan pemahaman praktis, sikap tanggung jawab, dan rasa kepemilikan terhadap proses pembelajaran yang kontekstual. Setiap tahapan dirancang agar mahasiswa dapat mengalami secara langsung keterkaitan antara aktivitas pemasaran digital dan pelaporan keuangan, yang menjadi fondasi penting dalam pengelolaan usaha masa kini. Strategi pelaksanaan kegiatan ini

dilakukan secara bertahap selama 3 hari dan diikuti oleh 115 mahasiswa fakultas akuntansi dari semester satu samapi semester delapan, dengan proses tahapan sebagai berikut:

Pelatihan Teori dan Praktik

Tahap pertama pelatihan dan praktik dilaksanakan dari pagi sampai sore yang bertempat di aula lantai IV Kampus Universitas Bumigora. Mahasiswa diberikan materi tentang dasar-dasar digital marketing, termasuk penggunaan media sosial, optimasi mesin pencari (SEO), dan analisis data digital. Pelatihan juga mencakup bagaimana menghubungkan data pemasaran digital dengan laporan keuangan perusahaan. Hasil pelatihan akan menjadi acuan untuk mengukur tingkat pemahaman mahasiswa pada bidang digital marketing.

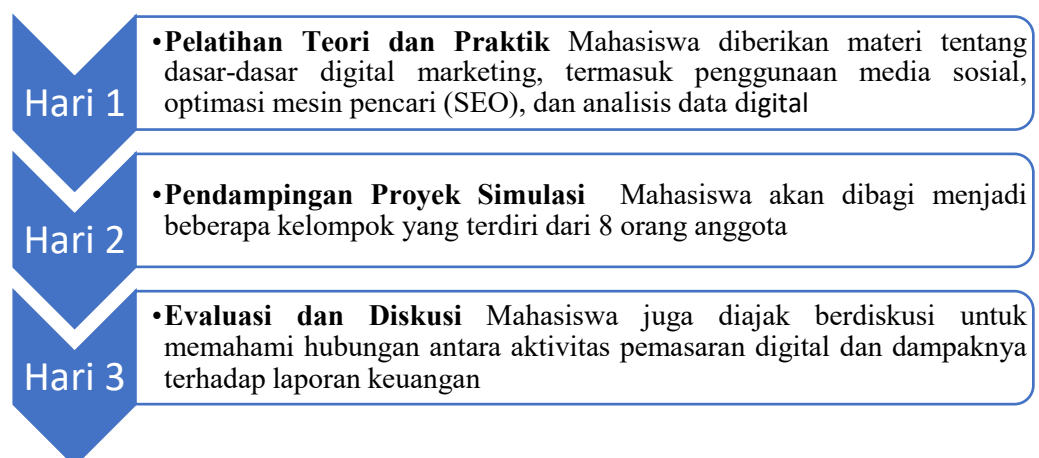
Pendampingan Proyek Simulasi

Tahapan kedua dilaksanakan pada hari kedua, mahasiswa akan dibagi menjadi beberapa kelompok yang terdiri dari 8 orang anggota. Selanjutnya setiap kelompok diminta untuk mengelola simulasi bisnis dengan menggunakan strategi digital marketing. Mereka akan membuat laporan keuangan berdasarkan hasil implementasi strategi pemasaran tersebut.

Evaluasi dan Diskusi

Tahapan terakhir adalah evaluasi hasil proyek dilaksanakan pada hari ketiga. Setiap kelompok harus menyelesaikan project pada hari sebelumnya. Hasil proyek akan dievaluasi untuk mengidentifikasi tantangan dan peluang perbaikan. Mahasiswa juga diajak berdiskusi untuk memahami hubungan antara aktivitas pemasaran digital dan dampaknya terhadap laporan keuangan. Tahapan terakhir ini akan menjadi pembelajaran yang sangat berguna sehingga setiap mahasiswa akan mampu untuk membuat suatu strategi digital marketing dengan laporan keuangan yang baik.

Gambar 1: Proses Tahapan Sinergi Digital Marketing dan Akuntansi



HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembukaan Pengabdian

Pembukaan dimulai pada pukul 08.15 Wita dengan memberikan sambutan oleh ketua tim pengabdian, dimana ketua tim pengabdian menyampaikan niat dan maksud baik dalam melaksanakan kegiatan seminar dan pendampingan. Pada saat pembukaan oleh ketua tim pengabdian dihadiri oleh seluruh mahasiswa akuntansi. Selanjutnya sambutan kedua disampaikan oleh Dekan Fakultas Ekonomi dan bisnis memberikan perhatian setingginya terhadap tim pengabdian dengan memberikan dukungan terhadap fasilitas yang tersedia dalam membantu project pengabdian. Foto acara pembukaan dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Foto Pembukaan Kegiatan Pengabdian

Proses pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan dinamika yang menarik dalam pendampingan mahasiswa. Pada tahap awal, beberapa mahasiswa menghadapi kesulitan dalam memahami konsep digital marketing, terutama dalam menghubungkannya dengan akuntansi. Namun, melalui pelatihan yang intensif dan simulasi proyek, mahasiswa mulai memahami bagaimana strategi pemasaran digital dapat memengaruhi pendapatan, biaya, dan laba perusahaan.

Pelatihan Teori dan Praktik

Kegiatan Pelatihan Teori dan Praktik dilakukan sebagai tahap awal dalam proses persamaan persepsi sehingga sebagai langkah awal sebelum mulai melaksanakan pengabdian. Acara dimulai pada pukul 10.00-12.00 Wita, kegiatan berjalan dengan lancar dengan begitu antusias pertanyaan-pertanyaan yang disampaikan oleh para peserta kegiatan. Peserta dan semua kalangan masyarakat sangat menyambut positif dan akan bekerjasama dengan tim pengabdian demi kelancaran program-program yang akan dijalankan oleh tim. Peserta yang hadir sangat ramai dan memberikan respon positif terhadap kegiatan yang berjalan dan tim pengabdian memberikan penghargaan yang setingginya terhadap peserta yang aktif dalam kegiatan. Pada saat acara Pelatihan Teori dan Praktik dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Foto Pelatihan Teori dan Praktik

Hasil dari kegiatan pada tahap pelatihan teori dan praktik yakni mahasiswa dibekali dengan pemahaman dasar mengenai digital marketing. Materi yang diberikan mencakup berbagai aspek penting seperti pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi, teknik optimasi mesin pencari (SEO), serta cara menganalisis data digital secara sederhana namun efektif. Pembelajaran dilakukan secara interaktif agar mahasiswa tidak hanya memahami konsep, tetapi juga mampu mengidentifikasi penerapan praktisnya dalam konteks dunia usaha yang dinamis.

Pendampingan Proyek Simulasi

Tahap Pendampingan Proyek Simulasi berlangsung dua sesi pertemuan, sesi pertama dari pagi sampai siang dan Sesi kedua berlangsung dari siang sampai sore. Acara akan dibuka dengan simulasi aktivitas digital marketing, selanjutnya penyampaian materi secara lugas dan jelas kepada mahasiswa terkait strategi pemasaran dan kondisi keuangan sebuah bisnis. Penyampaian disampaikan oleh tim pengabdian untuk memahami hubungan sebab-akibat antara strategi pemasaran dan kinerja keuangan perusahaan secara menyeluruh, dan dilanjutkan dengan memberikan latihan soal kuesioner yang akan dijawab oleh peserta. Acara kegiatan Pendampingan Proyek Simulasi dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Foto kegiatan Pendampingan Proyek Simulasi

Pada tahap pendampingan proyek simulasi mahasiswa diarahkan untuk mengimplementasikan pengetahuan yang telah diperoleh melalui proyek simulasi bisnis. Dalam kegiatan ini, mahasiswa dibagi ke dalam kelompok kecil dan diminta untuk merancang serta menerapkan strategi digital marketing bagi usaha simulatif yang mereka kelola. Setiap kelompok diminta untuk menentukan target pasar, menyusun konten pemasaran digital, menjalankan kampanye promosi, serta memantau hasilnya melalui data analitik digital. Seluruh proses tersebut kemudian dikaitkan dengan aspek pencatatan transaksi dan penyusunan laporan keuangan, yang mencerminkan dampak langsung dari kegiatan pemasaran terhadap kondisi keuangan bisnis. Proses ini tidak hanya melatih keterampilan teknis, tetapi juga membentuk kepekaan mahasiswa terhadap pentingnya akuntabilitas dalam pengambilan keputusan bisnis.

Evaluasi dan Diskusi

Tahap terakhir yakni evaluasi dan diskusi reflektif yakni dilakukan evaluasi menyeluruh terhadap hasil proyek simulasi yang telah dijalankan oleh masing-masing kelompok. Evaluasi dilakukan dari dua sisi, yaitu efektivitas strategi pemasaran digital yang digunakan serta ketepatan dan kelengkapan dalam penyusunan laporan keuangan. Melalui forum diskusi terbuka, mahasiswa diajak untuk merefleksikan pengalaman yang telah mereka lalui, termasuk tantangan yang dihadapi dan solusi yang ditemukan. Diskusi reflektif ini menjadi wadah pembelajaran yang sangat penting karena mendorong mahasiswa untuk berpikir kritis, terbuka, dan solutif. Selain itu, diskusi ini juga memperkuat pemahaman mahasiswa terhadap dinamika digital marketing yang terus berkembang, serta bagaimana aktivitas tersebut dapat memengaruhi aspek finansial sebuah usaha secara langsung. Acara kegiatan evaluasi dan diskusi reflektif dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Foto Evaluasi Dan Diskusi Reflektif

SIMPULAN

Tantangan utama dalam program ini adalah keterbatasan waktu untuk mendalami setiap aspek digital marketing dan akuntansi secara detail. Mengingat luas

dan kompleksnya kedua bidang tersebut, waktu pelatihan yang relatif singkat menjadi kendala dalam menyampaikan materi secara komprehensif, terutama bagi peserta yang belum memiliki latar belakang teknis sebelumnya.

Namun demikian, berkat keterlibatan aktif para dosen pembimbing serta semangat belajar mahasiswa yang sangat tinggi, hambatan ini dapat diatasi dengan pendekatan yang adaptif. Materi disampaikan secara ringkas namun aplikatif, dengan penekanan pada praktik langsung yang relevan dengan kebutuhan nyata di lapangan. Kolaborasi yang terjalin antara mahasiswa dan pendamping turut memperkaya proses pembelajaran dan memastikan bahwa kompetensi inti yang ingin dicapai tetap terpenuhi.

Secara keseluruhan, program ini berhasil mencapai tujuan utamanya, yaitu membekali mahasiswa dengan keterampilan praktis dalam merancang strategi pemasaran digital serta memahami implikasinya terhadap aspek keuangan bisnis. Harapannya, kegiatan serupa dapat terus dilanjutkan dan dikembangkan, baik dari sisi cakupan materi maupun jumlah peserta yang terlibat. Dengan penambahan durasi pelatihan di masa mendatang, diharapkan mahasiswa dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam, serta berkontribusi lebih luas dalam memecahkan tantangan nyata di dunia usaha yang semakin digital.

Daftar Pustaka

- Al-Htaybat, K., & von Alberti-Alhtaybat, L. (2017). Big Data and corporate reporting: impacts and paradoxes. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 30(4), 850–873. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/AAAJ-07-2015-2139>
- Anitsa, D. et, et, & Al. (2021). Indonesian Accounting Students Facing the Society 5.0. *Prosiding National Seminar on Accounting, Finance, and Economics (NSAFE)*, 80–89.
- Atiah, N. (2020). Pembelajaran Era Disruptif Menuju Masyarakat 5.0. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Program Pascasarjana Universitas PGRI Palembang*, 605–617. <https://jurnal.univpgripalembang.ac.id/index.php/Prosidingpps/article/view/3875>
- Isnawati, Effendy, L., & Indriani. (2021). Profesi Akuntan: Akankah Hilang di Era Digital 4.0? *Jurnal Penelitian Akuntansi*, 2(1), 29–41.
- Latifah, S. E., Junaidi., S. (2020). Persepsi Mahasiswa Akuntansi tentang Keilmuan Akuntansi dan Soft Skill (Bahasa Inggris dan Teknologi Informasi) terhadap Kesiapan Menghadapi Tantangan Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 9(5), 40–55. <http://www.riset.unisma.ac.id/index.php/jra/article/view/6292>
- Monica. (2022). Peran Akuntan Dalam Menghadapi Digitalisasi Ekonomi Menjelang Era Society 5.0. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi*, 2(3), 56–67. <https://doi.org/DOI:10.29407/jae.v7i3.18492>
- Murapi, I., & Astarini, D. A. O. (2023). Accounting CompetitionVol. 2.0 sebagai Wadah Optimalisasi Kreativitas Generasi Muda terhadap Perkembangan Akuntansi. *JILPI:JURNAL ILMIAH PENGABDIAN DAN INOVASI*, 2(2), 339–354. <https://doi.org/https://doi.org/10.57248/jilpi.v2i2.314>
- Murapi, I. at all. (2022). Pendampingan Pengelolaan Keuangan Berbasis Akuntansi Bagi Pelaku Ukm Di Kelurahan Renteng Kecamatan Praya Kabupaten Lombok Tengah. *Literasi*, 2(2), 1486–1493. <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/3260716>
- Puspita, Yenny; Fitriani, Yessi; Astuti, Sri; Novianti, S. (2020). Selamat Tinggal Revolusi Industri 4.0, Selamat Datang Revolusi Industri 5.0. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Program Pascasarjana Universitas Pgrri Palembang*, 122–130.

- Renaldo, N., Linda, Yutiandri, R., Panjaitan, H. P., & Hutahuruk, M. B. (2023). The Impact of Financial Ratios on Profit Growth and Future Share Price. *LUCRUM: Jurnal Bisnis Terapan*, 3(2), 179–189.
- Rosmida, R. (2019). Transformasi Peran Akuntan dalam Era Revolusi Industri 4.0 dan Tantangan Era Society 5.0. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 7(2), 206–2016. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v7i2.1197>
- Zhao, Y., Chau, K. Y., Shen, H., & Duan, X. (2022). Relationship between perceived value, satisfaction and behavioural intention of homestays in the experience economy of mainland China. *Anatolia*, 1(1), 1–12. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/13032917.2021.2018718>