

Sinergi Lima Bintang Guna Kebangkitan Ekonomi Bangsa Melalui *Sustainability* Industri Kecil Menengah Di Era Society

Samas Adimisa Mishbah Habibie¹, Rida Perwita Sari²
^{1,2}Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur
samh.1099@gmail.com

*Corresponding Author

Diajukan : 17 November 2022

Disetujui : 25 November 2022

Dipublikasi : 1 April 2023

ABSTRACT

This study aims to analyze the role of the five-star synergy (pentahelix) for the sustainability of small and medium industries to create a value chain that will revive the nation's economy in society era 5.0. This research method is qualitative phenomenology with pentahelix approach. This research case study was taken at the industrial center of Kampung Tempe Sanan, Malang City. The essence of this research says that the role of various parties such as the Government, Society, Academics, Media Actors, and Business Actors will have a positive impact on the sustainability of Small and Medium Industries in Society era 5.0. The role of the synergy pentahelix is to increase the capability (HR) and quality of the resulting product. So that SMEs are able to increase their profitability and create a longer value chain that has an impact on the nation's economic revival. SMEs must still be able to improve the quality and quantity of their own businesses by being willing to learn and develop. This study uses the pentahelix approach to analyze the positive power roles of various parties for the sustainability of businesses in society era 5.0. The results is revealed that SMEs Tempe Sanan actors were greatly assisted by role of various parties for sustainability of their business. The outline that can be seen from this phenomenon is the importance role of various parties for one goal, namely the revival of the nation's economy.

Key Words : Sustainability; Small and Medium Industries; Society Era 5.0; Pentahelix Sinergi

PENDAHULUAN

Perubahan dan pemabaharuan pada Era *Society* 5.0 membuat pelaku usaha atau bisnis menghadapi suatu tantangan dan juga dampak positif yang luar biasa. Pelaku bisnis sangat terbantu dengan adanya kemajuan teknologi dan sistem informasi untuk menjalankan usaha mereka. Pelaku usaha, terkhusus pelaku usaha kecil menengah dan industri kecil menengah harus ikut serta dalam memanfaatkan kemajuan peradaban guna mewujudkan *sustainability* usaha mereka. Negara berkembang seperti Indonesia, minimnya sumber daya manusia membuat pelaku UKM atau IKM mengalami kesulitan guna menyikapi perkembangan jaman dan membuat usaha mereka mengikuti gejolak tantangan pasar di era *society*. Penelitian ini mencoba menganalisa keberlangsungan usaha IKM akan berdampak positif bagi kebangkitan ekonomi bangsa apabila mereka berhasil mengikuti dan beradaptasi dengan tantangan yang ada di era *society*. Penelitian ini juga menghadapi pada peran penting dari berbagai pihak sebagaimana tertuang dalam sinergi *pentahelix* (lima bintang) guna memberikan *impact* pada IKM.

Hidayatullah et al., (2022) mengatakan bahwa suatu Negara akan bertumbuh ekonominya salah satunya apabila adanya kenaikan *value* pada uang yang beredar pada masyarakatnya. Tentunya di Negara tersebut terjadi monopoli ekonomi yang baik dan tinggi. Oleh karena itu, peran dari para pelaku usaha asli Negara tersebut harus *sustainability* dan *value chain* yang tinggi. Selain



itu, juga dibutuhkannya peran dari berbagai pihak terutama Pemerintah sebagai *inabler* untuk membantu para UKM dan IKM bertumbuh dan berkembang secara *financial* dan mutu.

Terkait pentingnya peran dari berbagai pihak guna memberikan manfaat kepada UKM dan IKM juga telah dibahas oleh penelitian-penelitian sebelumnya. Pemerintah dan Akademisi di Indonesia juga lagi gencar-gencar membahas dan mencoba mengimplementasikan sinergi *pentahelix* dalam beberapa program yang mereka buat. Salah satu penelitian yang membahas pengaruh sinergi *pentahelix* bagi pelaku UKM dan IKM di pulau Dewata Bali. Peran sinergi *Pentahelix* menjadikan IKM dan UKM di Pulau Dewata Bali makmur sentosa. Serta membantu menurunkan angka pengangguran masyarakat lokal Bali. (Oka et al., 2022)

Pada riset-riset sebelumnya banyak sekali yang berbicara mengenai *implication* dan *general internal growth up* UKM dan IKM. Namun ada juga beberapa penelitian yang juga menyingkap bahwa perkembangan IKM tidak begitu memberikan dampak positif bagi perkenomian. Seperti pada penelitian Sabella et al., (2022) yang mengatakan bahwa UMKM memiliki pasarnya sendiri, sehingga membuat pelaku UMKM tidak perlu terlalu adanya *upgrading* usaha mereka. Karena usaha mereka dengan ala kadarnya sudah mampu menjadikan mereka bertahan hidup. Penelitian senada juga diungkapkan oleh Tutik et al., (2021), UMKM memiliki pemikirannya sendiri dan keberlangsungan usahanya sudah memiliki kestabilan dalam kelas UKM itu sendiri. Kemajuan UMKM tidak memberi dampak yang besar bagi perekonomian bangsa. Karena kemajuan mereka hanya untuk kesejahteraan keluarga pelaku UMKM itu sendiri. Tutik et al., (2021) mengatakan hal tersebut dikarenakan banyak sekali UMKM yang belum patuh terhadap pajak mereka.

Penelitian ini akan mencoba untuk menganalisa dan juga membuktikan bahwa keberlangsungan IKM dalam menghadapi tantangan di era *society* akan berdampak pada kebangkitan ekonomi bangsa. Logikanya, jika *value chain* IKM karena adanya peningkatan profitabilitas usaha mereka, tentu akan menjadikan kenaikan pada taraf kesejahteraan masyarakat. Paling tidak, bagi keluarga, sanak saudara, masyarakat lingkungan sekitar dan karyawan mereka. Selain itu, penelitian ini juga akan membuktikan bahwa peran penting dari berbagai pihak dalam skema sinergi *pentahelix* akan membantu IKM untuk mewujudkan *sustainability* usaha mereka. Sehingga terwujudlah sebuah sinergi lima bintang (*pentahelix*) guna kebangkitan bangsa melalui *sustainability* IKM di era *society* 5.0.

STUDI LETERATUR

Dyan Angesti, et al (2022)

Penelitian Dyan Angesti, dkk mengenai Optimalisasi Strategi Digital Marketing Pada UMKM “Tenun Tradisional Manggarai”. UMKM Tenun Tradisional Manggarai merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang usaha kain tenun di Desa Orong, Kecamatan Welak, Kabupaten Manggarai Barat, Nusa Tenggara Timur yang juga mengalami penurunan penjualan sebagai dampak dari pandemi Covid19. Oleh sebab itu solusi yang diberikan adalah Optimalisasi Strategi Digital Marketing pada UMKM “Tenun Tradisional Manggarai”. Permasalahan berikutnya adalah pelaku UMKM “Tenun Tradisional Manggarai” dalam memasarkan produknya masih tradisional dari mulut ke mulut dan stand di depan rumah masing-masing, sehingga pada pelaksana Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) memberikan pelatihan Optimalisasi Strategi Digital Marketing pada UMKM “Tenun Tradisional Manggarai” dan bagaimana mengoperasikan Media Sosial sebagai media pemasaran kepada pelaku UMKM “Tenun Tradisional Manggarai” secara daring dan luring.

Zulkarnain, et al (2022)

Zulkarnain, Rilyane dan Rasita (2022) dalam penelitiannya tentang Optimalisasi Digital Marketing Guna Peningkatan Daya Beli Konsumen. Pengabdian kepada masyarakat adalah pelaksanaan pengamalan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni budaya secara langsung kepada masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan. Kegiatan yang dilakukan untuk memberikan ketrampilan dalam promosi penjualan kepada para pedagang fresh market Manado dalam bentuk

Digital Marketing. Kegiatan diawali dengan: sosialisasi pedagang dan pengurus untuk meningkatkan penjualan melalui digital marketing. Tim memberikan materi tentang manfaat tema “Digital marketing” dan implementasinya. Hasil dari kegiatan pengabdian para pedagang memahami manfaat Digital Marketing kemudian menggunakannya. Pelatihan ini dilaksanakan pada tanggal 6 Mei sd 6 Juni 2022 oleh Dosen dan mahasiswa STIE Sulut Manado.

Sari Mutiara Aisyah, et al (2022)

Mengoptimalkan Kewirausahaan Melalui Peningkatan Produk Untuk Masyarakat Desa Kerinjing Kecamatan Tanjung Raja, Ogan Ilir Kabupaten, Sumatera Selatan. Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat dalam rangka kewirausahaan dengan memaksimalkan potensi desa dan sumber daya manusianya. Desa Kerinjing memiliki Potensi produksi buah calamansi tinggi, namun potensi tersebut belum dimaksimalkan oleh masyarakat desa. Ini adalah alasan mengapa desa ini dipilih sebagai objek program ini. Bantuan tersebut dilakukan melalui beberapa tahapan seperti persiapan awal dan pemetaan desa, pelatihan dua tahap, dan evaluasi.

Pendampingan dilakukan selama 15 hari, dengan memberikan edukasi dan pemahaman tentang potensi daerah, yang kemudian dilanjutkan dengan pengenalan pengolahan buah calamansi menjadi produk sirup yang memiliki nilai jual dengan proses produksi yang bersih, sederhana dan murah. Selain itu, Program ini juga memperkenalkan optimalisasi produk dengan nilai tambah melalui merek dagang, pelabelan produk dan atraktif kemasan. Hasil implementasinya bisa berjalan dengan sangat baik, kemampuan produksinya proses dan pengetahuan masyarakat juga meningkat. Program pengabdian masyarakat ini diharapkan menjadi peluang yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat desa untuk memaksimalkan potensi desa, memberikan yang baru dan peluang usaha yang menjanjikan yang berkorelasi dengan peningkatan perekonomian masyarakat pedesaan, apalagi di masa pandemi seperti sekarang ini.

Danang Kusnanto, Novian Ekawati, dan Solihin Sidik (2022)

Penelitian Danang, dkk menyebutkan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang sebagian besar terdampak wabah Covid-19, termasuk UMKM yang diberdayakan oleh kaum wanita juga mengalami keterpurukan. Menurunnya penjualan, terbatasnya jangkauan pemasaran dan kurangnya akses informasi tentang berbagai program kebijakan pemulihan ekonomi yang telah digulirkan oleh pemerintah pusat maupun daerah merupakan permasalahan yang ditemukan pada Kelompok Wanita Tani (KWT) Mandiri di Desa Cintawargi. Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memfasilitasi Kelompok Wanita Tani (KWT) Mandiri dalam mengembangkan usahanya melalui pemasaran, akses permodalan, dan kemampuan manajerial dengan indikator berupa pertumbuhan modal, pertumbuhan penjualan, peningkatan laba, pertumbuhan tenaga kerja, dan perluasan pemasaran.

Terdapat dua metode pengabdian masyarakat yang dilaksanakan, pertama melakukan sosialisasi membahas bagaimana strategi entrepreneurial marketing dapat diterapkan dan cara mengakses berbagai program bantuan pemerintah bagi UMKM. Kedua melakukan pendampingan yang berfokus pada bagaimana upaya untuk meningkatkan kinerja usaha. Hasil dari program pengabdian pada pelaksanaan sosialisasi adalah meningkatnya pengetahuan mitra binaan terhadap materi strategi entrepreneurial marketing sebesar 40%, pengetahuan mengenai kebijakan pemerintah sebesar 50%, pengetahuan mengenai pengelolaan keuangan sederhana pada UMKM meningkat 60%, dan pengetahuan mengenai optimalisasi tenaga kerja pada UMKM mengalami peningkatan 50%. Adapun hasil pelaksanaan pendampingan adalah adanya inovasi produk menjadi lebih menarik, adanya data kebutuhan legalitas usaha dan sertifikasi produk, adanya media untuk melakukan pemasaran digital, laporan keuangan sederhana untuk UMKM, dan desain sticker kemasan yang lebih menarik. Program pengabdian kepada masyarakat dengan penerapan strategi entrepreneurial marketing dan kebijakan pemerintah ini telah memberikan kontribusi meningkatkan kinerja usaha mitra.

Ulrich Elmer Hansen, et al (2022)

Menghubungkan strategi bisnis dengan meningkatkan jalur di global rantai nilai: Wawasan dari tanda surya Kenya Motivasi: Penelitian tentang rantai nilai global (GVC) cenderung mengabaikan agen perusahaan lokal dalam hal proses peningkatan. Tujuan: Kami mengatasi kesenjangan pengetahuan ini dengan menjelajahi hubungan antara strategi bisnis dan jalur peningkatan empat belas perusahaan beroperasi dalam rantai nilai untuk tata surya di Kenya. Metode dan pendekatan: Makalah ini mengacu pada kerja lapangan mendalam yang dilakukan di Kenya, yang mencakup tiga puluh wawancara semi-terstruktur dengan perusahaan perwakilan dan informan industri. Temuan: Kami menemukan bahwa perusahaan lokal mengejar jalur peningkatan yang berbeda secara berurutan untuk menjadi kompetitif dan kami menunjukkan strategi bisnis yang mendasari dimana perusahaan mengejar jalur peningkatan yang berbeda. Implikasi kebijakan: Artikel ini berkontribusi untuk mengatasi tinju hitam yang berlaku dalam literatur GVC tentang perusahaan lokal yang menjalani proses peningkatan.

Jeni Susyanti dan Pardiman (2022)

Penelitian Jeni dan Pardiman (2022) UMKM berkontribusi dalam pemenuhan PDRB Provinsi Jawa Timur, yakni memiliki peran 56,9% di tahun 2021. Di masa pandemi Covid-19, banyak UMKM yang lumpuh, untuk itu perlu dikuatkan melalui: pengoptimalan UPT pelatihan UMKM dan koperasi; virtual business dengan diaspora mancanegara; dan digitalisasi untuk meluaskan pemasaran. Permasalahan UMKM di masa pandemi Covid-19 antara lain adanya penurunan penjualan, modal usaha. Penurunan penjualan disebabkan kurangnya inovasi produksi, belum adanya pengujian halal pada produk, belum bergabung pada komunitas kelembagaan, digitalisasi, dan administrasi yang kurang baik, untuk keberlanjutan usaha. Penelitian ini termasuk penelitian eksploratif dengan metode eksplorasi menggunakan Rapid Rural Appraisal (RRA), dengan pengujian hipotesis secara kuantitatif menggunakan Warp PLS. Pendekatan kualitatif, meliputi persiapan menyusun rancangan, memilih lokasi penelitian, mengurus perijinan, menjajaki dan menilai keadaan, dan responden.

Hasil penelitian menunjukkan pemasaran dan digitalisasi networking berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha UMKM di wilayah Jawa Timur. Persepsi sosial berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha UMKM di Jawa Timur. UMKM merupakan pendongkrak PDRB Jatim, yakni memiliki peran 56,9% dan di masa pandemi Covid 19 banyak UMKM yang lumpuh, untuk itu perlu dikuatkan diantaranya melalui: pengoptimalan UPT pada pelatihan UMKM dan koperasi; digitalisasi untuk meluaskan pemasaran, dan virtual business maupun kontak bisnis secara langsung dengan diaspora mancanegara. UMKM Provinsi Jawa Timur memiliki karakteristik sederhana dan berbasis pada lingkungan keluarga dan pemasaran usaha 80% masih pada wilayah lokal, dengan pemilik usaha dan pemilik modal yang terlibat langsung dalam kegiatan usaha. Percepatan Pembangunan Daerah Berbasis Potensi Unggulan Lokal menggunakan metode Participatory Rural Appraisal (PRA) dimunculkan Kampung-kampung kreatif di Jawa Timur.

Model pendekatan Penta Helix dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif Dan Ukm Di Jawa Timur, pemerataan kesejahteraan masyarakat, Pemerintah Provinsi Jawa Timur dengan slogan "rebug Nyekrup", Akademisi Universitas Islam Malang, Bisnis, Masyarakat, Media, bersatu membangun kebersamaan untuk meningkatkan pembangunan Jawa Timur. Dengan merujuk pada Program Jawa Timur Sejahtera, sebagai bagian dari sembilan program Nawa Bhakti Satya yang harus dimaknai dan diwujudkan.

I Made Darma, Made Suria, dan Putu Widya Darmayanti (2022)

Perspektif Penta Helix: Wisata Hijau di Desa Wisata di Bali, Indonesia. Penelitian ini mengeksplorasi implementasi green tourism (GT) di desa wisata di Bali dengan menggunakan perspektif Penta Helix. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara dan studi pustaka. Informan ditentukan dengan menggunakan pengambilan sampel dengan metode purposive. Data dianalisis menggunakan metode campuran. Hasilnya menunjukkan bahwa GT sudah baik diterapkan di desa wisata, yang ditunjukkan dengan hal-hal berikut: desa wisata telah dikembangkan dengan melestarikan lingkungan; desa wisata telah mampu meningkatkan vitalitas ekonomi lokal; desa wisata sudah bisa mempertahankan diversifikasi budaya; dan desa wisata telah mampu memperkenalkan pengalaman baru kepada wisatawan. Hasil menunjukkan bahwa

pencapaian lingkungan, ekonomi lokal, budaya dan pengalaman berkontribusi terhadap GT.

Made Kembar Sri Budhi, et al (2022)

Pariwisata merupakan sektor unggulan yang memberikan kontribusi penting bagi pertumbuhan ekonomi daerah di Provinsi Bali. Selama pandemi global COVID-19, pariwisata Bali mengalami penurunan yang sangat drastis. Pandemi COVID-19 telah berdampak pada semua industri, termasuk industri pariwisata. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pemulihan pariwisata industri di Provinsi Bali dalam jangka pendek, menengah dan panjang, di Era New Normal. Jenis data yang akan digunakan adalah data persepsi dan data yang ada sehingga metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif berupa deskriptif kualitatif dan SWOT.

Berdasarkan hasil analisis data, dapat disimpulkan bahwa setiap elemen penta-helix berperan penting dalam upaya pemulihan pariwisata Bali di era new normal sesuai kewenangan dan kemampuannya. Strategi/kebijakan yang menjadi prioritas jangka pendek adalah pemberian subsidi bunga dan restrukturisasi kredit. Sedangkan yang menjadi prioritas untuk jangka menengah adalah penyelenggaraan event internasional serta pelatihan dan kerjasama magang untuk sumber daya manusia pariwisata dan ekonomi kreatif. Elemen pentahelix umumnya mempertimbangkan penguatan akses dan penguatan atraksi sebagai prioritas jangka panjang.

METODE

Jenis penelitian ini adalah kualitatif fenomenologi, karena mengkaji dari fenomenologi yang terjadi di sentra Industri kampung tempe Sanan. Sentra IKM Kampung Tempe Sanan Kota mendapat perhatian khusus dari Pemerintah Kota Manga melalui Dinas Industri, Koperasi dan UMKM guna meningkatkan dan mengembangkan usaha mereka. Selain itu pelaku IKM di Kampung Tempe Sanan juga aktif melakukan kerjasama dengan berbagai pihak, terutama akademisi dari Universitas-universitas besar yang ada. Pelaku IKM Kampung tempe Sanan juga kerap dibantu oleh adanya peran media dan masyarakat dalam mempromosikan produk mereka. Sebab itulah, pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan pentahelix. Penta helix merupakan perluasan dari strategi triple helix dengan melibatkan berbagai unsur masyarakat maupun lembaga-lembaga non profit dalam rangka mewujudkan inovasi. Melalui kolaborasi sinergis tersebut diharapkan terwujud suatu inovasi yang didukung oleh berbagai sumberdaya yang berinteraksi secara sinergis. Pihak-pihak yang tertuang dalam Pentahelix yaitu Akademisi, Pemerintah, Masyarakat, Pelaku Usaha, dan Media.

Adapun informan kunci, ialah dari pihak pelaku IKM Kampung Tempe Sanan itu sendiri, (Pemerintah) Dinas Industri, Koperasi dan UMKM Kota Malang, Akademisi, Media, dan masyarakat (warga sekitar Kota Malang). Sumber primer penelitian ini diperoleh dari observasi lapangan, wawancara mendalam kepada informan kunci, dan dokumentasi situasi dari sentra IKM Kampung Tempe Sanan. Sedangkan untuk sumber data sekunder penelitian ini didapati dari penelitian-penelitian terdahulu dan artikel-artikel dari berbagai sumber terkait. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, dokumentasi, serta observasi. Teknik analisis data *research* ini dilakukan dengan cara pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Uji keabsahan data pada *research* ini menggunakan uji triangulasi.

HASIL

Tuntutan akan tantangan di era *society* membuat para pelaku usaha atau bisnis harus kembali belajar dan memposisikan usaha mereka untuk mengikuti arus perkembangan jaman. Agar usaha mereka tetap bisa eksis dan *sustainability*. Bagi pelaku UKM dan IKM, perkembangan jaman yang point utamanya menuntut virtualisasi dan digitalisasi menjadi suatu tantangan lumayan besar. Karena mengingat kesiapan dari sumber daya manusia yang semuanya tidak merata dan bisa dikatakan masih minim pengetahuannya. Jadi perlu adanya peran dari pihak-pihak yang tertuang dalam sinergi pentahelix terkait, terutama Pemerintah guna *upgrade skill* dan *knowledge* pelaku IKM. Salah satunya dengan memberikan pelatihan-pelatihan dan edukasi.

Impact yang diperoleh dengan adanya peran dari pihak-pihak seperti akademisi, pemerintah, masyarakat, media mampu mewujudkan *sustainability* IKM di era *society*. Sebagaimana telah dijelaskan dari hasil penelitian Oka et al., (2022) bahwa peran dari sinergi pentahelix terutama pemerintah mampu menjadikan UKM dan IKM di Pulau lebih terintegrasi dan mengalami peningkatan secara *knowledge* dan *softskills* karena adanya pemberian pelatihan-pelatihan dan lain sebagainya. Sehingga mampu menjadikan UKM dan IKM di pulau Dewata lebih komprehensif dan lebih membara auranya dalam menghadapi tantangan era modern nan digitalisasi. Terbukti dengan adanya peningkatan profitabilitas pada usaha serta peningkatan pendapatan pajak UKM dan IKM yang telah memenuhi kriteria. Berarti selain adanya peningkatan soft skill dan knowledge, para UKM dan IKM tersebut juga sadar akan memenuhi tanggung jawabnya.

Engkus et al., (2022) juga mengatakan bahwa negara Indonesia yang masih terkatogori sebagai negara berkembang, membutuhkan suatu peran aktif dan positif dari berbagai pihak guna meningkatkan kualitas daripada sumber daya manusia pada usaha kecil menengah. Peran pihak dalam konsep pentahelix mampu memberikan *impact* pada peningkatan value chain daripada UMKM. Seperti hasil penelitiannya, Engkus et al., menyatakan peran pentahelix mampu meningkatkan softskill pelaku UMKM di Pulau Jawa, yang secara tidak langsung mampu meningkatkan probabilitas usaha mereka serta kesadaran akan tanggung jawab mereka sebagai pelaku usaha. Mengingat pada era saat ini pelaku bisnis dituntut tidak hanya berfokus pada profit semata melainkan juga terhadap sosial dan lingkungan.

Hasil penelitian yang telah diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan menghayati dengan penuh makna peneliti dalam menganalisa pada studi kasus di sentra Industri Kampung tempe Sanan, mampu menjawab bahwa keberlangsungan IKM mampu memberikan dampak positif bagi ekonomi bangsa. Pelaku IKM Kampung Tempe Sanan sendiri memiliki semangat juang yang tinggi untuk berkembang dan terus belajar guna mewujudkan keberlangsungan (*sustainability*). Salah satu semangat yang membuat peneliti sangat kagum dan bisa ditiru oleh para pelaku IKM lainnya adalah mereka antusias membuat suatu kerjasama dengan berbagai pihak. Mereka mencari pihak-pihak yang hendak ingin dijadikan sebagai rekanan (*relation*) dengan penuh gairah. Mereka juga tidak hanya terbatas pada rekanan untuk jalinan bisnis, namun juga mencari pihak yang sekiranya mau memberikan pelatihan-pelatihan dan edukasi kepada mereka. Sebelumnya, para pelaku IKM Kampung Tempe Sanan telah membuat paguyuban untuk mempermudah langkah mereka dalam mngkonversi ide-ide dengan step untuk memajukan usaha mereka.

Langkah para pelaku IKM Kampung Tempe Sanan dengan komando bapak Ipung selaku ketua paguyuban dalam mencari relasi tidak menjadi sia-sia. Perjalanan panjang membuat mereka menemukan berbagai pihak dengan beragam peran memberikan *impact* sangat positif kepada mereka. Adapun pihak-pihak yang telah berhasil mereka jadikan sebagai relasi, garis besarnya sesuai dengan konsep pentahelix yakni akademisi, pemerintah, masyarakat, media dan pelaku usaha itu sendiri. Peneliti merangkum beberapa pihak dari banyaknya yang terjalin, dengan asumsi sebagai pihak yang paling dominan dan menjadi generalisasi perwakilan dari pihak-pihak yang lain. Dari pihak akademisi, Universitas Brawijaya Malang dan Institut Teknologi Sepuluh November Surabaya. Terdapat juga peran Pemerintah Kota Malang melalui dinas Industri, Koperasi dan UMKM. Masyarakat Kota Malang juga memiliki peran serta pihak media ada dari Trans TV, Kompas TV dan Jawa Timur TV. Selain itu, juga terdapat peran simbiosis mutualisme dari sesama pelaku bisnis, salah satunya adalah Indomart dengan *touch point* perihal dagangan UMKM.

Universitas Brawijaya Malang memberikan perannya yang sangat bermanfaat kepada IKM Kampung Tempe Sanan melalui program pengabdian masyarakatnya. Antara lain, UB memberikan edukasi dan pelatihan pemanfaatan limbah produksi kedelai (Produk Tempe) menjadi suatu nilai ekonomis. Limbah produksi tempe yakni ampas kedelai dijadikan sebagai pakan hewan ternak sapi yang pelaku IKM Sanan pelihara. Selain itu juga dimanfaatkan sebagai tepung ampas kedelai yang bisa dijual. Selain limbah kedelai, UB juga memberikan edukasi terkait pemanfaatan kotoran hewan ternak sapi mereka menjadi biogas. Pemanfaatan kotoran sapi menjadi biogas tentu dapat menekan harga produksi. Jalinan kerjasama dan peran yang diberikan UB menjadikan suatu peningkatan softskill pelaku IKM Sanan yang mampu memberikan dampak nilai ekomis dan peningkatan profitabilitas usaha mereka serta mengajarkan mengenai tanggung jawab kepada

lingkungan dengan cara mengelola limbah produksi usaha IKM Kampung Tempe Sanan. Bagi UB sendiri program tersebut juga menjadi suatu kewajiban yang harus disalurkan karena merupakan tri darma kampus dan akademisi sebagai seorang yang disebut sebagai ahli.

Begitu juga dengan Institut Sepuluh November (ITS) Surabaya dengan program pembangunan *HIPUMP*. Selama ini masyarakat (produsen) Kampung Sanan menggunakan air PDAM untuk memenuhi kebutuhan hidup dan juga kegiatan produksi mereka. Adanya *HIPUMP* membuat kebutuhan air bersih dapat terpenuhi dengan baik, lebih efektif dan efisien serta mampu menekan harga produksi mereka. Tentunya akan membuat mata rantai usaha mereka semakin meningkat pula. Masyarakat kota Malang ternyata memiliki rasa cinta yang luar biasa terhadap kearifan lokal, terutama Kota mereka. Rasa kecintaan masyarakat kota Malang tersebut sangat berdampak positif pada produk-produk lokal kota Malang. Masyarakat kota Malang dengan kesadaran dirinya sendiri memberikan peran terhadap pelaku UKM dan IKM kota Malang dengan membantu promosi, ibarat seperti dari satu orang ke orang lainnya sehingga membentuk suatu jaringan luas membentuk *value broadcast market*. Selain itu, mereka juga mengutamakan membeli produk lokal sebagai wujud kecintaan mereka. Hal ini biasa kita sebut sebagai *Local Pride*. Kecintaan masyarakat terhadap *Local Brand* akan meningkatkan stimulus monopoli ekonomi bangsa.

Pemerintah kota Malang melalui Dinas Industri, Koperasi dan UMKM juga memberikan fungsinya terhadap keberlangsungan UKM dan IKM Kota Malang. IKM Kampung Tempe Sanan merupakan Kampung binaan Dinas IKU Kota Malang. Banyak sekali bantuan baik berupa barang, pealtihan-pelatihan, dan edukasi guna meningkatkan kualitas SDM IKM dan juga meningkatkan kualitas usaha mereka guna keberlangsungan IKM menghadapi tantangan yang ada di era saat ini. pada era saat ini, fokus utama Dinas IKU sebagai program kerja dari kementerian Industri, Koperasi dan UMKM yaitu mengenai revitalisasi Aset UMKM dan upgrading kemampuan pelaku UMKM dalam menghadapi era digitalisasi. Adapun peranan Dinas IKUMKM dalam revitalisasi aset UMK adalah dengan bantuan berupa dana hibah membangun dapur produksi bagi IKM Kampung Tempe Sanan yang sesuai standart keamanan pangan.

Kemudian Dinas IKUMKM memberikan pelatihan dan edukasi secara periodik dan mendalam mengenai optimalisasi *digital marketing* dan *upgrading* produk keapda para pelaku IKM kampung Tempe Sanan dengan tujuan agar mereka mampu mengahdapi tantangan dan tuntutan permintaan jaman yang secara general mengalami perubahan *behavior* konsumen dalam memenuhi hasrat terhadap suatu produk. Termasuk diantaranya adalah merubah mindset pelaku IKM yang umumnya berada di jaman yang berbeda dengan saat ini. Sehingga perlu adanya msa transisi untuk mengikuti arus perkembangan jaman. Dinas IKUMKM juga memberikan pemahaman akan kesadaran wajib membayar pajak. Jadi Dinas IKUMKM berharap dengan meningkatnya mata rantai usaha IKM Kampung Tempe Sanan diiringi dengan kesadaran wajib membayar pajak, salah satunya guna meningkatkan APD Kota Malang. Ibaratnya sebagai wujud simbiosi mutualisme yang bersirkulasi.

Pelaku media seperti Trans TV, Kompas TV dan beberapa media lainnya juga memberikan perannya terhadap pelaku IKM Kampung Sanan. Pelaku media tersebut meliput Sentra IKM Kampung Tempe Sanan sebagai bahan tayangan edukasi program channel televisi mereka. Adanya liputan di berbagai media tersebut menjadikan pelaku IKM Kampung Tempe Sanan seperti kejatuhan emas dari atas langit. Jangkauan televisi yang sangat luas, menjadikan promosi yang sangat efektif dan efisien bagi produk IKM Tempe Sanan. Hal ini juga berlaku sebagaimana *digital marketing* di era society saat ini. sebab itulah Dinas IKUMKM menjadikan *digital marketing* fokus program kerja mereka terhadap pelaku UKM dan IKM. Alhasil, dengan peran dari pelaku media membuat peningkatan profitabilitas usaha mereka secara drastis.

Bapak Ipung sebagai ketua paguyuban kampung tempe Sanan mengakui peran dari berbagai pihak tersebut sangat berarti dan penting bagi pelaku IKM. Peranan pihak-pihak tersebut menjadikan mata rantai usaha IKM Kampung Tempe Sanan semakin luas. Kebangkitan eknomi bangsa dimulai dari masyarakatnya. Kemajuan eknomi bangsa salah satunya diperoleh dari tumbuhnya industri lokal yang menguat. Artinya para pelaku usaha lokal baik yang besar berupa entitas maupun yang kecil menengah seperti UKM dan IKM, mereka adalah kunci bertumbuhnya

ekonomi bangsa yang berkembang (Hajar, 2022). Kata lain, stabilnya keberlangsungan IKM akan membangkitkan ekonomi bangsa. Peneliti menganalogikan peranan pihak dalam konsep pentahelix ibarat bintang. Bintang dalam *scient* memiliki manfaat yang berharga dan penting bagi kehidupan. Bintang disini peneliti mengasumsikannya adalah matahari. Oleh karena itu, peneliti mengatakan sinergi lima bintang (pentahelix) memiliki peran penting bagi kebangkitan bangsa melalui keberlangsungan industri kecil menengah.

PEMBAHASAN

Keberlangsungan suatu usaha atau bisnis di era saat ini, tidak hanya perihal menuntut pelaku usaha atau bisnis hanya berfokus pada keuntungan saja. Melainkan pelaku bisnis juga harus memenuhi tanggung jawab sosial dan lingkungan daripada usaha yang dijalankan. Seperti teori stakeholder dan konsep tri bottom line, bahwa pelaku bisnis memiliki tanggungjawab tidak hanya pada keuntungan semata. Mereka juga bertanggungjawab sosial seperti pada pekerja (karyawan), masyarakat yang di sekitar lingkungan mereka, kepuasan dan hak konsumene hingga bertanggung jawab melestarikan lingkungan. Pada era insdustrial, lingkungan telah tercemar dan rusak karena aktivitas produksi pabrik dan insdutri lainnya, termasuk limbah rumah tangga. Sebab itu, konsep tri bottom line saat ini mulai untuk diterapkan agar menciptakan keseimbangan kehidupan sat ini dan yang mendatang. Tentu bagi pelaku bisnis juga guna mewujudkan *sustainability* usaha mereka.

Era saat ini telah memasuki jaman *society* dimana aktivitas manusia sangat berkaitan erat dan membutuhkan teknologi terutama sistem big data yang saat ini telah dilakukannya virtualisasi. Sebab itu pelaku bisnis membutuhkan suatu upaya pemnafaatan teknologi dengan optimal guna mewujudkan *sustainability* usaha mereka dengan baik. Sistem bisnis yang dibutuhkan pada era saat ini adalah bagaimana para pelaku bisnis mengoptimalkan sektor pemasaran secara online (*digital marketing*) dan juga memnuhi *behavior* dan keinginan (permintaan hasrat) konsumen di era *society* 5.0. dengan upgrading produk mereka. Tidak terkecuali dengan pelaku usaha kecil menengah IKM dan UKM. Mereka juga dituntut untuk mengikuti perkembangan jaman yang ada, agar mampu bersaing di era baru saat ini.

Namun para pelaku IKM dan UKM kerap mengalami kesulitan karena adanya keterbatasan pengetahuan dan keahlian (SDM). Oleh karena itu, perlu adanya dorongan dan pemberian pelatihan sebagai peran dari berbagai pihak terutama pemerintah. Guna membantu mereka dengan cara memberikan pelatihan upgrade skill dan pengetahuan hingga praktek serta bantuan secara moril maupun hibah lain sebagainya. Sehingga para pelaku usaha kecil menengah mampu mengupgrade diri mereka untuk lebih maju dan berkembang menyesuaikan jaman yang semakin maju.

Selain itu, peran-peran kebaikan dari berbagai pihak seperti akademisi dengan *knowledge*, agar juga memberikan pelatohan dan eduksi yang menyenangkan. Kemudian, peran masyarakat yang mendukung secara kebangsaan dengan mencintai dan membeli produk lokal dan jugaperan media dengan membantu menjualkan produk pelaku IKM atau UKM dengan gratis. Semua itu tentu akan sangat membantu pelaku IKM untuk mewujudkan *sustainability* dan juga meningkatkan value chain dari usaha mereka. Dampak besarnya, adalah mereka mampu meningkatkan taraf perekonomian bangsa.

KESIMPULAN

Peran sinergi lima bintang menjadikan manfaat yang sangat positif bagi keberalngsungan usaha industri kecil menengah. adanya sinergi dari berbagai peran oleh berabgai pihak mampu menjadikan suatu peningkatan kualitas SDM dan usaha IKM. Sehingga menjadikan stabilnya keberlangsungan usaha IKM dan mampu meningkatkan *value chain* IKM. Jika *value chain* IKM semakin panjang, maka ekonomi bangsa akan mengalami kenaikan. Andai kata satu IKM sudah memberikan impact 0,001% terhadap perekonomian bangsa, bagaimana jika satu juta IKM atau mungkin lebih?

Pernyataan ini tentu menjawab penelitian-penelitian terdahulu yang mengatakan bahwa meingkatnya kualitas SDM dan usaha IKM tidak begitu penting atau tidak begitu berdampak pada pertumbuhan ekonomi bangsa. Kemudian penelitian ini juga menekankan bahwa *impact* yang

dihasilkan dari adanya sinergi lima bintang sangat luar biasa positif bagi pelaku IKM dan juga sebagai langkah menuju kemajuan ekonomi bangsa.

Penelitian ini hanya menggunakan satu objek penelitian yang ditinjau dari fenomena yang terjadi di IKM Kampung Tempe Sanan Kota Malang. Penelitian ini juga berfokus membahas mengenai sustainability IKM Kampung Tempe Sanan di era society 5.0. kemudian peneliti memfokuskan penelitian untuk menilai implikasi sustainability IKM di era society dengan pendekatan pentahelix. Selain itu, penelitian ini juga sangat menghadapi bagaimana implikasi atas optimalisasi digital marketing dan upgrading produk guna mewujudkan sustainability IKM Kampung Tempe Sanan di era society 5.0. Untuk penelitian selanjutnya bisa dikaji lebih komprehensif dengan perkembangan zaman selanjutnya. Kemudian peneliti juga memberikan pandangan terkait keberlangsungan penelitian ini dengan melakukan penandingan dari dua atau lebih objek penelitian serupa. Sehingga bisa menjadikan bahasan lebih luas dan dalam lagi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Paling utama, tentu saya ucapkan rasa syukur yang mendalam atas anugerah dan rahmat Tuhan YME yang diberikan. Saya juga ucapkan terima kasih tak terhingga nan tak akan pernah terbalas kepada kedua orang tua saya yang telah memberikan semuanya kepada saya sejak dalam kandungan hingga nafas detik ini. Rasa terima kasih yang sangat luas saya haturkan kepada *corresponding author* Ibu Rida Perwita Sari telah memberikan ilmu bermanfaat. Ucapan terima kasih ini juga saya tujukan kepada seluruh guru, sanak saudara, kerabat, dan teman-teman yang telah memberikan arti dalam perjalanan kehidupan. Sehingga saya sebagai penulis mampu menyelesaikan apa yang menjadi ide dan topik bahasan pikiran dalam bentuk penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S. M., Halim, A., Tamsyah, I., & ... (2022). Optimizing Entrepreneurship Through Product Upgrading for The Kerinjing Village Community in Tanjung Raja District, Ogan Ilir Regency, South Sumatera. *ABDIMAS: Jurnal ...*, 3. <https://www.journal.umtas.ac.id/index.php/ABDIMAS/article/view/1571>
- Ajibulloh, A. A. (2021). *Optimalisasi Digital Marketing melalui Peran Penting Social Media Monitoring*. 6, 43–48.
- Barokah, S., Wulandari, O. A. D., Sari, M. T., & Yuditama, I. F. (2021). Optimalisasi Digital Marketing melalui Facebook Ads di Kelurahan Purwanegara. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 17–22. <https://doi.org/10.31294/jabdimas.v4i1.7085>
- Budhi, M. K. S., Lestari, N. P. N. E., & Suasih, N. N. R. (2022). the Recovery of the Tourism Industry in Bali Province Through the Penta-Helix Collaboration Strategy in the New Normal Era. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 40(1), 167–174. <https://doi.org/10.30892/GTG.40120-816>
- Colman, B. R. (2002). What 's in store for. *October, October*.
- Dillah, U., Jones, M. E., Yanuar, T., & Syah, R. (2022). *Strategy Implementation to Improve Human Quality Resources in Semi-Permanent Building Provider Company I-Cont*. June.
- Engkus, Aprianti, H., Mistilasari, I., Angesti, L., & Hardianisa, M. F. (2022). Penta Helix Perspective: The Pollution Control of the River Watershed (DAS) Citarum Indonesia. *1st Virtual Workshop on Writing Scientific Article for International Publication Indexed SCOPUS*, 194–200. <https://doi.org/10.2478/9788366675827-0352>
- Fajar, N. M. A. P., Diasa, I. W., & Adiandari, A. M. (2021). Pengembangan Desa Wisata Taro berbasis digital marketing sosial media. *Penamas: Journal of Community Service*, 1(2), 116–124. <https://doi.org/10.53088/penamas.v1i2.241>
- Hajar, S. (2022). Strengthening Education Governance Management University in Penta Helix Perspective Towards the Era Society 5.0. *Proceedings of the 2nd International Conference on Social Science, Political Science, and Humanities (ICoSPOLHUM 2021)*, 648(ICoSPOLHUM 2021), 281–289. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.220302.042>

- Hanun, N. R., Fitriyah, H., Fitriani, A. S., Hidayat, A. P., & Handayani, H. (2021). Optimalisasi Branding Produk dan Digital Marketing pada Karang Taruna Desa Keboan Anom. *Community Empowerment*, 6(2), 285–290. <https://doi.org/10.31603/ce.4402>
- Hidayatullah, S., Windhyastiti, I., Aristanto, E., Rachmawati, I. K., & Alvianna, S. (2022). *Creative Tourism Economic Development Strategy with the Penta Helix Collaboration of Batu City*. 5(4), 119–129.
- Islam, E. B. (2022). *Analisis Penta Helix Synergy Terhadap Pengembangan Halal Pesawaran Dalam Perspektif*.
- ni, A., & Hanim, T. F. (2021). Teknologi Digital, Keberlanjutan Lingkungan, Dan Desa Wisata Di Indonesia. *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, 6(2), 237. <https://doi.org/10.24235/jm.v6i2.9613>
- Lesmana, A. C. (2022). *Optimalisasi Digital Marketing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Pada Usaha Makanan Dan Minuman Di Masa Pandemi Covid-19*. 6(3), 1700–1711.
- Limijaya, A., Ekonomi, F., & Katolik, U. (2014). Triple Bottom Line Dan Sustainability. *Triple Bottom Line Dan Sustainability*, 18(1), 14–27. <https://doi.org/10.26593/be.v18i1.827.%p>
- Made, I., Putra, C. W., Gede, I., Sanjaya, A., Ayu, D., Dewi, S., Kadek, N., Pratiwi, A., & Astawan, G. (2021). International Journal Of Community Service Learning Desa Adat Timbul: Kampung Wisata Berbasis Pertanian dan Edukasi. *Desa Adat Timbul: Kampung Wisata Berbasis Pertanian dan Edukasi*, 5, 376–381.
- Mahmudi, A. A., & Hidayat, R. (2021). Optimalisasi Digital Marketing dan Manajemen Usaha pada KUB Sarwo Endah. *Senriabdi 2021*, 1(1), 352–359. <http://jurnal.usahidiso.ac.id/index.php/SENRIABDI/article/view/868>
- Maylinda, S., & Sari, I. P. (2021). Optimalisasi Integrated Digital Marketing Dalam Strategi Pemasaran Umkm Imago Raw Honey. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 7(4), 521. <https://doi.org/10.30998/jabe.v7i4.9940>
- Mei, V. N. (2021). *Analisis Ketahanan Umkm Di Sidoarjo Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19 Menggunakan*. 1(1), 233–245.
- Nuseir, M., & Refae, G. El. (2022). The effect of digital marketing capabilities on business performance enhancement: Mediating the role of customer relationship management (CRM). *International Journal of Data and Network Science*, 6(2), 295–304. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.1.008>
- Oka, I. M. D., Antara, D. M. S., Ruki, M., Kanah, & Darmayanti, P. W. (2022). Penta Helix's Perspective: The Green Tourism at the Tourist Village in Bali, Indonesia. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 13(3), 884–896. [https://doi.org/10.14505/jemt.v13.3\(59\).25](https://doi.org/10.14505/jemt.v13.3(59).25)
- Pada, P., Wanita, K., Di, T., & Cintawargi, D. (2022). *Penerapan Entrepreneurial Marketing Dan Sosialisasi Kebijakan Implementation of Entrepreneurial Marketing and Socialization of Government Policies on*. 9, 724–734.
- Pada, U., Berkah, L., Toyomarto, D. I. D., Malang, K., Retno, A., Hayati, T., Vista, C. B., Sabilla, W. I., Ed, H., & Asmara, R. A. (2022). *Workshop Optimalisasi Digital Marketing Untuk Pelaku*. 5(1).
- Raharja, S. J., & Natari, S. U. (2021). Pengembangan Usaha Umkm Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Penggunaan Dan Pengelolaan Media Digital. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 108. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i1.32361>
- Rajagopal, D. (2022). *Online Marketing – A Case Study on The Factors Affecting Digital Marketing*. 5(12), 65–67.
- Sabella, V. P., Hasanah, R., Winarno, A., & Hermawan, A. (2022). *Optimalisasi Digital Marketing Dan Legalitas Bawang Di Masa Pandemi*. 5, 942–949.
- Sahi, A. (2021). Pemanfaatan Instagram Ads untuk Optimalisasi Digital Marketing di Lingkungan LP3I. *Tematik : Jurnal Teknologi Informasi Komunikasi (e-Journal)*, 8(2), 318–328.

- Sasa, S., Sapto Adi, D., Triono, M. A., & Supanto, F. (2021). Optimalisasi Usaha Kecil Menengah melalui Pelatihan Digital Marketing. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 6(3), 358–371. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v6i3.5366>
- Satrio, D., & Muhardono, A. (2022). Digital Marketing as a Strategy to Defend MSMEs in the Covid-19 Pandemic. *FIRM Journal of Management Studies*, 7(1), 73. <https://doi.org/10.33021/firm.v7i1.1545>
- Singgalean, Y. A., Nugroho, A. Y. A., & ... (2022). Implementation of Merdeka Belajar-Kampus Merdeka in Pringsewu for Regional Tourism Resilience and Development: Penta Helix Collaborative Model and Actor *Engagement: Jurnal ...*, 06(01), 42–57. <http://engagement.fkdp.or.id/index.php/engagement/article/view/1131%0Ahttps://engagement.fkdp.or.id/index.php/engagement/article/download/1131/148>
- Solntsev, S., Smerichevskiy, S., Skyba, H., Zabashtanska, T., Bazaliyska, N., & Kolbushkin, Y. (2022). Formation of the Strategy of Digital Marketing of the Enterprise in the Conditions of the Competitiveness Intensification in the International Market. *IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security*, 22(2), 47. <https://doi.org/10.22937/IJCSNS.2022.22.2.7>
- Sulistiyowati, E., Sari, R. P., & Santoso, B. (2021). *DI MEDOKAN AYU RUNGKUT SURABAYA*. 1(1), 60–67.
- Sumerta, I. K., & Rai, A. A. G. (2021). Pemetaan potensi usaha desa dan penerapan “Adwords” sebagai solusi menghadapi persaingan usaha pada BUMDes Bhuana Amertha Sari Desa Tampaksiring, Gianyar. *Penamas: Journal of Community Service*, 1(2), 77–89. <https://doi.org/10.53088/penamas.v1i2.225>
- Supriadi, Y. N., Desmintari, D., Jubaedah, J., & (2021). Pengembangan Kampung Wisata Pintu Air Berbasis pada Cagar Budaya sebagai Destinasi Wisata bagi Masyarakat. *JPMB: Jurnal ...*, 4(2), 209–218. <http://journal.rekarta.co.id/index.php/jpmb/article/view/407%0Ahttp://journal.rekarta.co.id/index.php/jpmb/article/download/407/363>
- Tutik, T., Krisnatalia, H., Satato, Y. R., Solichoel, S., & Hadi, S. (2021). Promosi Event Budaya Lokal Berbasis Pemasaran Digital Rintisan Desa Wisata Branjang. *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 5(1), 973. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v5i1.4900>
- Urva, G., Pratiwi, M., & Syarief, A. O. (2022). *Optimalisasi Media Sosial Sebagai Penunjang Digital Marketing*. 2(1), 56–61.
- Wardhana, A. (2022). *Strategi Digital Marketing*. 3(February), 51–58.
- Yulianto Putra, E., & Jason. (2022). Application of Digital Marketing to UMKM Grind Now Slow Bar in Using Social Media and E-Commerce. *MOVE: Journal of Community Service and Engagement*, 1(4), 106–113. <https://doi.org/10.54408/move.v1i4.41>
- Yusri, J., Rossi, E., Pramana, A., Zalfiatri, Y., Ramayuni, R., & Rustam, R. (2021). Strategi Pemasaran Digital Sebagai Pengembangan Usaha Minuman Fungsional “Onspot” di Kota Pekanbaru. *Journal of Community Engagement Research for Sustainability*, 1(2), 98–105. <https://doi.org/10.31258/cers.1.2.98-105>
- Zulkarnain, M. I., Suzan, R., & Sembiring, R. (2022). *Optimalisasi Digital Marketing Guna Peningkatan Daya Beli Konsumen*. 1(2), 101–108.