

**PEMBERDAYAAN INDUSTRI KECIL MENENGAH MELALUI
AKSI NYATA DESA BERDAYA
(PELATIHAN *DIGITAL MARKETING* DAN PERIJINAN BERUSAHA
PADA PELAKU INDUSTRI MAKANAN DI DESA PELEYAN)**

***EMPOWERMENT OF SMALL AND MEDIUM INDUSTRIES THROUGH
EMPOWERED VILLAGE ACTION
(DIGITAL MARKETING TRAINING AND BUSINESS LICENSING FOR
FOOD INDUSTRY PLAYERS IN PELEYAN VILLAGE)***

**Randika Fandiyanto¹⁾, Bambang Irawan²⁾, Rachmi Masnilah³⁾,
Diah Yulisetiari⁴⁾, Sudarsih⁵⁾, Susanti Prasetyaningtiyas⁶⁾**

¹ Universitas Abdurachman Saleh Situbondo
^{2,3,4,5,6} Universitas Jember

¹ Email: randika@unars.ac.id

Recived: June 12, 2025

Accepted: June 13, 2025

Published: June 16, 2025

Abstrak: Kegiatan ini dilaksana bagi para pelaku industri makanan yang ada di Desa Peleyan, Kecamatan Kapongan Kabupaten Situbondo. Pelaksanaan kegiatan pelatihan bekerjasama dengan Pemerintah Desa Peleyan, Rumah BUMN, Situbondo, Universitas Abdurachman Saleh Situbondo dan Universitas Jember. Kegiatan pelatihan dilaksanakan pada hari Sabtu 17 Mei 2025 di balai Desa Peleyan. Dihadiri sebanyak 30 peserta Ibu-ibu rumah tangga yang merupakan pelaku usaha makanan dan minuman di wilayah desa tersebut. Tujuan kegiatan ini untuk memberikan edukasi tentang pentingnya perijinan usaha makanan seperti Nomor Induk Berusaha (NIB), Produk Industri Rumah Tangga (PIRT) dan Sertifikasi Halal sekaligus bagaimana proses dalam membuat video promosi. Para peserta kegiatan juga diberikan pemahaman materi dan praktikum dalam mempromosikan produknya melalui social media *Instagram*, *Tiktok* melalui media *E-Commerce* seperti *Shopee* dan *Tokopedia*. Para peserta sangat antusias dalam mengikuti kegiatan pelatihan ditandai dengan beberapa hasil video produknya yang mulai diupload pada sosial media masing-masing peserta. Hasil kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan kemajuan sektor industri kecil menengah khususnya pada usaha makanan di Desa Peleyan Kecamatan Kapongan sehingga mampu memanfaatkan legalitas dan kemampuan *Digital Marketing*nya dalam meningkatkan kinerja bisnisnya.

Kata Kunci: Perijinan Berusaha, IKM Makanan, *Digital Marketing*, *E-Commerce*.

Abstract: This activity was carried out for food industry players in Peleyan Village, Kapongan District, Situbondo Regency. The implementation of the training activity was in collaboration with the Peleyan Village Government, Rumah BUMN, Situbondo, Abdurachman Saleh University, Situbondo and Jember University. The training activity was held on Saturday, May 17, 2025 at the Peleyan village hall. Attended by 30 participants, housewives who are food and beverage business actors in the village area. The purpose of this activity is to provide education about the importance of food business permits such as Business Identification Number (NIB), Household Industry Products (PIRT) and Halal Certification as well as how to

make promotional videos. The participants were also given an understanding of the material and practicum in promoting their products through social media Instagram, Tiktok through E-Commerce media such as Shopee and Tokopedia. The participants were very enthusiastic in participating in the training activities, marked by several video results of their products that began to be uploaded on each participant's social media. The results of this activity are expected to be able to improve the progress of the small and medium industry sector, especially in the food business in Peleyan Village, Kapongan District, so that they can utilize their legality and Digital Marketing capabilities in improving their business performance.

Keywords: *Business Licensing, Food SMEs, Digital Marketing, E-Commerce.*

PENDAHULUAN

Era digital telah mendorong adanya perubahan besar, khususnya dalam perekonomian yang ada di Indonesia. Sektor Industri Kecil Menengah (IKM) memegang peranan penting untuk menjadi pelaku utama dalam transaksi berbasis elektronik (*E-Commerce*). Para pelaku IKM memiliki peluang yang cukup besar untuk bisa memanfaatkan media *online* dalam memperluas jaringan pemasarannya. Dukungan pemerintah melalui berbagai kegiatan, serta *platform* digital yang terus mengalami pertumbuhan yang positif. Pemerintah berperan penting sebagai fasilitator, regulator, dan akselerator pertumbuhan IKM makanan melalui berbagai program, kebijakan, dan insentif. Pemerintah juga terus mendorong program Pelatihan dan Pendampingan, Akses Permodalan usaha, fasilitasi Sertifikasi seperti pengurusan Sertifikasi Halal, PIRT (Produksi Industri Rumah Tangga) dan adanya Promosi dan Pameran di tingkat nasional dan internasional.

Perijinan Industri bagi usaha makanan merupakan aspek dasar yang penting bagi bisnis. Perizinan merupakan salah satu bentuk pelaksanaan fungsi pengaturan dan bersifat pengendalian yang dimiliki dan dilakukan oleh pemerintah terhadap kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat (Sutedi, 2011). Secara umum, pelaku usaha makanan perlu memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) dan PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga) untuk usaha mikro dan kecil. Perizinan usaha memiliki banyak manfaat penting bagi Industri Kecil dan Menengah (IKM) diantaranya Legalitas dan Kepastian Hukum, artinya memiliki izin usaha berarti IKM beroperasi secara legal di mata hukum. disamping itu manfaat lain legalitas usaha yaitu untuk mempermudah akses pembiayaan, perizinan usaha menjadi

syarat utama untuk mengakses pendanaan dari bank, koperasi, atau lembaga keuangan lainnya serta lebih dipercaya oleh investor atau mitra bisnis.

Pertumbuhan sektor IKM di Indonesia terus menunjukkan trend yang positif, khususnya yang bergerak di sektor perdagangan elektornik. Berdasarkan data pertumbuhan *E-Commerce* Indonesia yang dirilis oleh Cashing in on the Digital Boom Maret (2025) menyebutkan bahwa nilai transaksi *E-Commerce* Indonesia capai Rp.487 Triliun pada 2024. Nilai transaksi ini tentu menunjukkan *trend* perkembangan positif, jika dibandingkan dengan nilai transaksi *E-Commerce* Indonesia pada tahun 2023 mencapai 454 T atau mengalami kenaikan sekitar 7%. Pada tahun 2025 nilai transaksi *E-Commerce* di proyeksikan akan mencapai Rp785,5 triliun dengan melihat perkembangan yang ada. Hal ini menunjukkan semakin tingginya minat penggunaan *E-Commerce* di tanah air baik bagi para pelaku usaha maupun konsumen.

Data Badan Pusat Statistik Jawa Timur (2023) menunjukkan jumlah IKM sebanyak 977.414 usaha. Dari total tersebut terbagi kedalam dua jenis usaha yaitu 862.057 merupakan usaha mikro dan 115.414 usaha kecil. Ditinjau dari sebaran jenis usaha Mayoritas IKM yang paling tertinggi pada sektor industri makanan sebanyak 27%, Industri pengolahan kayu sebanyak 17% dan diikuti beberapa sektor lainnya seperti industri tekstil, tembakau dan lain-lain. Situbondo memiliki jumlah UMKM yang banyak bergerak di sektor usaha kuliner yang cukup banyak, khususnya pada Desa Peleyan yang berlokasi di wilayah Kecamatan Kapongan Kabupaten Situbondo. Sebagai salah satu desa yang jauh dari Pusat Kota, perlu untuk dilakukan pembinaan dan pendampingan. Peran serta perguruan tinggi dan pemerintah setempat sangat dibutuhkan.

Tujuan pemasaran adalah menghasilkan shareholder value melalui penyajian keunggulan produk bagi pelanggan (Kotler & Armstrong, 2016). Rendahnya literasi digital masyarakat setempat cenderung berdampak pada keterbelakangan bisnis yang ada di wilayah tersebut. Para pelaku usaha cenderung memanfaatkan promosi secara konvensional seperti menggunakan media seperti baner dan media cetak lainnya. Secara dampaknya bagi bisnis yaitu para pelaku usaha makanan tersebut mengalami perlambatan kinerja bisnis akibat jaringan pemasaran yang tidak luas, lemahnya kemampuan dalam melakukan inovasi produk serta pemanfaatan media

sosial yang tidak pada tempatnya. Interaksi yang baik dalam media social dengan para pelanggan dapat memberikan kepuasan tersendiri bagi para konsumen (Bakar, *et., al.*, 2023) sehingga dapat meningkatkan transaksi penjualan.

Media sosial dapat sebagai alat komunikasi dan informasi organisasi yang efektif. Media ini dapat menjadi wadah bagi para penggunanya agar dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan bertukar informasi dan ide di komunitas dan jejaring virtual. (Zhu, *et., al.*, 2024). Aspek branding dalam pemasaran secara *online* sangat penting untuk mengidentitaskan sebuah bisnis dengan keunggulannya masing-masing, para pelaku bisnis harus mampu untuk mengubah strategi bisnis dan pemasarannya agar dapat meningkatkan keunggulan kompetitifnya (Cravens & Shipp, 1991). Sehingga media sosial dapat menjadi sarana yang efektif untuk memperluas jaringan bisnis, membangun kredibilitas dan reputasi secara profesional sehingga bisa meningkatkan kepercayaan calon pelanggan terhadap usahanya (Alsamydai & Professor, 2016) dan meningkatkan strategi bersaing (Rika Rahmayuni, *et., al.*, 2024).

METODE PELAKSANAAN

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu menggunakan observasi dengan menggunakan media komunikasi untuk mendapatkan seluruh aktivitas yang dilakukan oleh peneliti. selanjutnya hasil mengamati data-data yang diperoleh dikonstruksikan dalam suatu topik dan studi dokumentasi yang berupa buku referensi yang relevan, peraturan terkait, laporan kegiatan, foto–foto, serta data yang relevan (Sugiyono, 2019).

Teknik analisis data dalam penelitian yaitu menggunakan reduksi yaitu dengan menyederhanakan dan menyusun secara sistematis data, penyajian data yang berawal dari pengelompokkan pokok permasalahan serta penarikan kesimpulan dengan melihat kembali penyajian data yang valid sehingga kesimpulannya sesuai dengan data yang dianalisis (Sahir, 2021).

Metode pelaksanaan kegiatan pelatihann ini meliputi beberapa tahapan diantaranya:

1. Persiapan kegiatan

Kegiatan awal yang dilakuka meliputi survei tempat pelaksanaan kegiatan, pengumpulan data IKM Industri makanan yang membutuhkan program pelatihan digitalisasi marketing dan perijinan bisnis makanan.

2. Koordinasi mitra dan para pelaku IKM Makanan

Setelah dilakukan persiapan peserta dan survei lokasi kegiatan, maka tim pengabdian melakukan koordinasi dengan mitra, diantaranya para pakar dibidang *Digital Marketing*, Rumah BUMN sebagai fasilitator dalam hal perijinan. Disamping itu dilakukan koordinasi lanjutan bagi para pemilik usaha makanan yang ada di Desa Peleyan Kecamatan Kapongan ini agar berpartisipasi aktif selama kegiatan pelatihan dilaksanakan.

3. Pelaksanaan kegiatan pembinaan dan pelatihan

Kegiatan lanjutan yaitu menyelenggarakan kegiatan pelatihan dan pembinaan pada Balai Desa Peleyan Kecamatan Kapongan. Kegiatan dibagi menjadi beberapa tahapan kegiatan yaitu pelatihan perijinan usaha, pelatihan *Digital Marketing*, teknik foto produk,

4. Monitoring dan evaluasi

Tahapan akhir kegiatan yaitu melakukan evaluasi hasil pelatihan serta monitoring secara langsung kebermanfaatan program pelatihan. Monitoring ini untuk memastikan hasil kegiatan paltihan ini dapat membantu meningkatkan jaringan pemasarannya sehingga berdampak pada peningkatan omset penjualan bisnisnya. Apabila hasil yang diperoleh memiliki dampak yang tidak signifikan maka dapat menjadi evaluasi bagi peneliti dalam menemukan topik dan materi kegiatan pelatihan agar lebih bermanfaat bagi para pelaku industri yang ada di Desa Peleyan Kecamatan Kapongan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Dukungan Pemerintah Desa Peleyan bagi Pengembangan Sektor IKM

Hasil survei awal kegiatan pengabdian, berdasarkan data primer dan data sekunder tentang kondisi sebenarnya IKM makanan. Hasil observasi menunjukan

masyarakat enggan melakukan kegiatan promosi secara *online* karena perijinan usaha yang masih terbatas dan bahkan terdapat beberapa pelaku usaha yang tidak memiliki ijin usaha meskipun sudah lama dalam menjalankan bisnisnya. Ditinjau dari tingkat pengguna social media, peneliti menemukan bahwa hampir seluruh pelaku IKM memiliki akun social media. Namun dalam praktiknya kemampuan memanfaatkan media sosial ini justru tidak digunakan untuk mempromosikan produknya, mereka lebih cenderung menggunakan media social untuk keperluan eksistensi diri. Hal ini perlu dilakukan upaya untuk merubah mindset para pelaku usaha sehingga pemanfaatan media sosial dapat lebih efektif bagi pengembangan pemasaran produknya.

Pemerintah Desa terus berupaya untuk bekerjasama dengan Lembaga terkait, para akademisi dan komunitas untuk memberikan pendampingan secara khusus utamanya untuk kegiatan promosi secara *online*. Kegiatan rutin pembinaan dan pelatihan telah dilakukan dalam upaya mendorong para pelaku IKM ini bisa meningkatkan jaringan pemasarannya sehingga penjualannya terus mengalami peningkatan. Kendala yang sering dihadapi adalah pola pikir masyarakat yang masih berifikiran instan, tidak adanya keinginan untuk mempelajari *platform* digital seperti *E-Commerce Shopee, Tiktok shop* dan *Tokopedia seller*. Namun demikian para pelaku usaha ini masih memiliki keinginan untuk bisa memanfaatkan media *online* sebagai promosi seperti *Tiktok, Facebook* maupun *WhatsApp* untuk memperkenalkan produknya. Bukti literasi digital yang terus mengalami peningkatan ini dapat menjadi modal yang besar agar para industri ini bisa naik kelas.

2. Tranformasi Digital IKM di Desa Peleyan

Transformasi digital IKM merupakan proses pengadopsian teknologi digital dalam berbagai aspek dalam bisnis, termasuk operasional, pemasaran, dan manajemen, untuk meningkatkan efisiensi, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan daya saing. Program ini akan melibatkan penggunaan teknologi digital seperti *E-Commerce*, media sosial, aplikasi manajemen, dan analisis data untuk mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis industri ini. Transformasi digital menjadi prioritas bagi para pelaku usaha makanan menjadi proritas dalam upaya peningkatan kapasitas produksi dan perluasan akses pasar, sehingga bisa

meningkatkan perekonomian masyarakat setempat serta membuka akses lapangan pekerjaan yang lebih luas. Desa Peleyan Kecamatan Kapongan memiliki berbagai jenis IKM pengasil makanan seperti olahan ikan, kerupuk, olahan kopi, gorengan, rengginang, minuman, jamu. Sedangkan untuk olahan kayu seperti produk furniture, kerajinan, interior. Untuk hasil pertanian seperti melon, mangga, jambu, singkong, jagung dan padi. Beberapa IKM penghasil produk diatas telah memulai untuk memanfaatkan media digital dalam mempromosikan produknya seperti *Tiktok* dan *Facebook*. Pelaku IKM ini tidak memiliki minat untuk menggunakan *platform E-Commerce* seperti *Shopee* maupun *Tokopedia*, proses upload produk beserta atribut yang dianggap menyusahkan sehingga enggan menggunakan aplikasi tersebut. Disamping itu pemanfaatan media *WhatsApp* sebagai media promosi yang paling banyak digunakan telah mampu mendorong konektifitas serta perluasan akses pasae melalui media social.

3. Dorongan perijinan berusaha bagi para pelaku IKM Desa Peleyan

Program pengabdian ini mendorong para pelaku industri untuk bisa memiliki beberapa perijinan seperti memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB), PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga) dan Sertifikasi halal. Program ini dilaksanakan dengan cara bekerjasama dengan Lembaga Rumah BUMN Pertamina. Instansi Terkait dan Pendidikan Tinggi. Koordinasi ini untuk mempercepat proses pengurusan ijin usaha. Perijinan wajib pertama yaitu IKM harus memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB). Nomor induk berusaha ini merupakan identitas resmi bagi pelaku usaha di Indonesia. NIB diterbitkan oleh Lembaga *Online Single Submission* (OSS) dan merupakan pengganti dari berbagai izin usaha sebelumnya, seperti Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) dan Tanda Daftar Perusahaan (TDP). NIB menjadi syarat utama untuk mendapatkan berbagai izin usaha dan fasilitas lainnya, disamping itu pelaku usaha juga dapat dengan mudah melakukan kegiatan usaha dan mengakses berbagai fasilitas yang dibutuhkan.

Perijinan kedua yaitu Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT) untuk usaha mikro dan kecil. Ijin ini adalah sertifikasi atau izin edar yang diberikan oleh Dinas Kesehatan setempat kepada produk pangan yang dihasilkan oleh industri skala kecil atau usaha rumahan. Sertifikat PIRT diberikan kepada produk pangan olahan dengan tingkat risiko rendah, seperti makanan dan minuman yang diproduksi di rumah.

Sertifikat PIRT memiliki masa berlaku 5 tahun sejak tanggal terbit dan harus diperpanjang sebelum masa berlakunya habis. Sertifikat ini berfungsi untuk menjamin keamanan dan kualitas produk pangan yang diproduksi, serta memberikan izin untuk diedarkan ke masyarakat, sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen, memperluas jangkauan pasar, dan memudahkan akses ke toko modern.

Aspek perijinan ketiga yaitu sertifikasi halal, Sertifikat halal ini berguna untuk menjamin produk IKM memenuhi standar kehalalan sesuai dengan ajaran Islam, dan memberikan kepastian kepada konsumen muslim bahwa produk tersebut aman untuk dikonsumsi atau digunakan. Kegunaan sertifikasi ini dapat Menjamin Kehalalan Produk, Memberikan Ketenangan Konsumen, Meningkatkan Daya Saing Produk, Memperluas Jangkauan Pasar, Meningkatkan Reputasi Usaha, Memperoleh Peluang Kemitraan dan Investasi, Memenuhi Tuntutan Regulasi, Memperoleh Keuntungan Ekonomis dan Mencegah Masalah Hukum. Ketiga perizinan usaha memiliki banyak manfaat penting bagi Industri Kecil dan Menengah (IKM) diantaranya Legalitas dan Kepastian Hukum, artinya memiliki izin usaha berarti IKM beroperasi secara legal di mata hukum. disamping itu manfaat lain legalitas usaha yaitu untuk mempermudah akses pembiayaan, perizinan usaha menjadi syarat utama untuk mengakses pendanaan dari bank, koperasi, atau lembaga keuangan lainnya serta lebih dipercaya oleh investor atau mitra bisnis.

4. Pelaksanaan pelatihan teknik foto produk makanan

Tahapan kegiatan pembinaan berikutnya yaitu pelaksanaan pelatihan teknik foto produk makanan, Pada kegiatan ini para peserta kegiatan diberikan pemahaman secara langsung tentang proses pengambilan gambar atau foto produk, dengan mengkombinasikan unsur pencahayaan, penggunaan *background* foto, aksesoris pelengkap serta teknik gerak video. Pada kegiatan ini para peserta juga dibekali dengan tata cara melakukan *editing* video promosi menggunakan aplikasi *Capcut* dan *Tiktok* Video. Pemahaman tentang Teknik fotografi produk IKM ini mampu diserap dengan baik, hal ini dapat ditunjukkan dengan hasil praktik editing video promosi yang lebih menarik dan diupload pada akun sosial media masing-masing. Pentingnya konsistensi untuk melakukan branding produk di media sosial,

sehingga dalam beberapa waktu produk akan lebih banyak dikenal oleh masyarakat sekitar yang akan berdampak secara langsung terhadap penjualan produknya.

5. Pendampingan pemasaran melalui *platform E-Commerce*

Kegiatan pelatihan selanjutnya dalam kegiatan pemberdayaan ini yaitu memberikan edukasi tentang bagaimana penggunaan *platform* seller pada *E-Commerce Shopee*, Tokopedia dan Lazada. Para peserta diberikan pemahaman tentang Langkah-langkah dalam melakukan upload produk, teknis dalam memberikan judul produk, pembuatan deskripsi produk yang jelas, penempatan iklan dan promo harga yang sesuai dengan momen hari belanja *online*. Pemasaran menggunakan *platform E-Commerce* membutuhkan konsistensi untuk mengupdate produk dan penempatan iklan produk yang benar, agar produknya muncul pada pencarian pertama konsumen. Para pelaku usaha yang mempromosikan barangnya melalui *platform* ini berlomba-lomba untuk bisa masuk dalam beranda paling pertama, tujuannya adalah untuk menemukan konsumen yang membutuhkan produknya sehingga terjadi transaksi pembelian.

6. Proses Monitoring kebermanfaatan program

Hasil kegiatan pelatihan akan terus dilakukan monitoring secara berkelanjutan untuk memastikan bahwa program pelatihan ini dapat memberikan manfaat sesuai dengan tujuan digitalisasi. Beberapa IKM yang telah mendapatkan pelatihan mampu untuk melakukan promosi melalui media sosialnya masing-masing seperti *Tiktok*, *Facebook* dan *Instagram*. Disamping itu hasil editing foto video yang dipublikasikan telah memenuhi standart promosi, dengan tema yang menarik, menunjukkan kemampuan promosi yang semakin baik. Hal ini dapat mencapai tujuan utama promosi *online* yaitu meningkatkan kesadaran merek, menarik lebih banyak pelanggan, meningkatkan penjualan, dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan konsumen. Promosi *online* juga membantu menjangkau audiens yang luas dengan biaya yang lebih efisien, memungkinkan pengukuran performa bisnis, dan mempermudah riset pasar.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pelatihan dan pembinaan ini, maka dapat disimpulkan bahwa hasil kegiatan ini untuk meningkatkan literasi tentang pentingnya perijinan usaha makanan seperti Nomor Induk Berusaha (NIB), Produk Industri Rumah Tangga (PIRT) dan Sertifikasi Halal. Dalam pelaksanaan kegiatan para peserta mampu memahami dengan baik tentang pentingnya memiliki perijinan usaha dalam bisnisnya. Para pelaku IKM ini juga mendapatkan pemahaman materi dalam mempromosikan produknya melalui social media *Instagram*, *Facebook*, *Tiktok*, disamping itu juga melalui media *E-Commerce* seperti *Shopee* dan *Tokopedia*. Praktikum Teknik foto produk juga secara langsung diberikan kepada para peserta dengan berbagai metode serta tahapan editing videonya. Para peserta kegiatan ini sangat antusias dalam mengikuti pelatihan. Hal ini dapat terlihat dari beberapa hasil video produknya yang mulai diupload pada social media masing-masing. Hasil kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan kemajuan IKM khususnya pada usaha makanan yang ada di Desa Peleyan Kecamatan Kapongan sehingga mampu menerima manfaat dari memiliki legalitas usaha yang lengkap dan mampu untuk memanfaatkan media sosial dan *E-Commerce* dalam meningkatkan kinerja pemasaran bisnisnya.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih ditujukan kepada Pemerintah Desa Peleyan Kecamatan Kapongan yang telah membantu dan berkontribusi penting dalam terlaksananya penelitian ini. Ucapan terima kasih juga diberikan kepada Rumah BUMN Situbondo yang telah memberikan fasilitasi tentang perijinan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P., & Gerry Amstrong. (2016). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Sahir, S. H. (2021). Metodologi Penelitian. KBM Indonesia.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D Dan Penelitian Pendidikan) (Edisi Ketiga). Alfabeta
- Badan Pusat Statistik Jawa Timur (2023). Jumlah IKM Jawa Timur. Diakses 27 mei 2025 dari <https://jatim.bps.go.id/>

- Mandiri Institute (2025) Data Cashing in on the Digital Boom. Diakses 27 mei 2025 dari <https://goodstats.id/>
- Cravens, D. W., & Shipp, S. H. (1991). Market-driven strategies for competitive advantage. *Business Horizons*, 34(1), 53–61. [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90082-7](https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90082-7)
- Adrian Sutedi, 2011, *Hukum Perizinan Dalam Sektor Pelayanan Publik*, Sinar Grafika: Jakarta.
- Alsamydai, M. J., & Dajani, D. M. (2016). Measuring The Impact of Information Technology Use on the Marketing Performance of Business Organizations. *International Review of Management and Business Research*, 5(3), 1068-1082. www.irmbrjournal.com
- Rahmayuni, R., & Yeni, Y. H. (2024). The influence of entrepreneurial orientation and competitive advantage on performance. *Journal Publicuho*, 7(1), 245-253. <https://doi.org/10.35817/publicuho.v7i1.358>
- Zhu, C., Hall, C., Fong, L., Lin, F., Wang, Z., & Koupaei, S. (2024). Examining the Relationships Among Internet Celebrity, Trust, Happiness, Continuous Watching Intention, and Purchase Intention in Livestreaming. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 1–23. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2024.2447290>
- Bakar, R., Ayu, F., & Lukman. (2023). Is Service with a Smile Enough to Satisfy Customers? Sincere and Insincere Smiles via Video and Vignette. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 25(2), 121–142. <https://doi.org/10.22146/gamaijb.46227>