

PELATIHAN *DIGITAL MINDSET* & TRANSFORMASI USAHA DI ERA 5.0 KEPADA PELAKU USAHA DAN MAHASISWA WIRAUSAHA

Rizkiani Iskandar*, Mohammad Yunus Kasim, Djayani Nurdin, Vitayanti Fattah, Darman, Pricyilia Chintya Dewi Buntuang, Asriadi, Ayu Putri Utami, Hesti Evrianti

Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tadulako
Jl. Soekarno Hatta No.KM. 9, Tondo, Kec. Mantikulore, Kota Palu, Sulawesi Tengah 94148
rizkianiiskandar@gmail.com*, djayani.nurdin@gmail.com, yunuskasim75@yahoo.com,
vita_fattah@yahoo.com, darman_tadulako@yahoo.com, pricyliabuntuang@gmail.com,
asriadi@untad.ac.id, ayuputriutami@untad.ac.id, hestievrianti@gmail.com

(*) Corresponding Author



Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi-NonKomersial 4.0 Internasional.

Abstract

This community service program aims to strengthen digital mindsets and encourage business transformation in the Society 5.0 era for local business owners and student entrepreneurs in Palu City. The activity was designed as a participatory workshop that integrated the presentation of the Society 5.0 concept (a super-intelligent society that places humans at the center of technology-based innovation) and digital mindset (an adaptive way of thinking that utilizes digital technology as part of a long-term business strategy) with hands-on practice using digital applications for marketing and business management. Evaluation was conducted through pre- and post-tests, satisfaction questionnaires, and observations of 50 participants. The results showed an increase in the average score of understanding digital mindsets from 68,20 to 85,40, with 85% of participants stating that the activity was very beneficial and 75% stating that they were ready to implement business digitalization strategies. Student entrepreneur participants showed faster adaptation to digital applications compared to senior business owners, who still needed further mentoring. These findings indicate that strengthening digital mindsets combined with practical training has the potential to effectively encourage gradual digital-based business transformation and increase entrepreneurial competitiveness in Palu City in the Society 5.0 era.

Keywords: business transformation; digital mindset; digital transformation; entrepreneurship.

Abstrak

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memperkuat pola pikir digital dan mendorong transformasi usaha di era *Society 5.0* bagi pelaku usaha lokal dan mahasiswa wirausaha di Kota Palu. Kegiatan dirancang dalam bentuk workshop partisipatif yang mengintegrasikan pemaparan konsep *Society 5.0* (masyarakat super cerdas yang menempatkan manusia sebagai pusat inovasi berbasis teknologi) dan *digital mindset* (cara berpikir adaptif yang memanfaatkan teknologi digital sebagai bagian dari strategi bisnis jangka panjang) dengan praktik langsung penggunaan aplikasi digital untuk pemasaran dan pengelolaan usaha. Evaluasi dilakukan melalui *pre-test* dan *post-test*, kuesioner kepuasan, dan observasi terhadap 50 peserta. Hasil menunjukkan peningkatan rata-rata skor pemahaman digital mindset dari 68,20 menjadi 85,40, dengan 85% peserta menyatakan kegiatan sangat bermanfaat dan 75% menyatakan siap menerapkan strategi digitalisasi usaha. Peserta mahasiswa wirausaha menunjukkan adaptasi lebih cepat terhadap aplikasi digital dibanding pelaku usaha senior, yang masih membutuhkan pendampingan lanjutan. Temuan ini mengindikasikan bahwa penguatan digital mindset yang dikombinasikan dengan pelatihan praktis berpotensi efektif mendorong transformasi usaha berbasis digital secara bertahap dan meningkatkan daya saing kewirausahaan di Kota Palu pada era *Society 5.0*.

Kata kunci: transformasi bisnis; pola pikir digital; transformasi digital; kewirausahaan.

PENDAHULUAN

Dalam kurun waktu dua puluh tahun terakhir, kemajuan pesat di bidang teknologi informasi dan komunikasi telah memicu transformasi besar di berbagai aspek kehidupan, termasuk dunia usaha. *Era Society 5.0*, yang diperkenalkan pertama kali oleh pemerintah Jepang [1], merupakan konsep masyarakat super cerdas yang menempatkan manusia sebagai pusat inovasi dan teknologi sebagai sarana untuk meningkatkan kualitas hidup [2]. *Society 5.0* tidak hanya menuntut adopsi teknologi, tetapi juga perubahan mendasar dalam pola pikir pelaku usaha. Pola pikir tersebut dikenal sebagai digital mindset, yaitu cara berpikir yang adaptif, terbuka terhadap perubahan, serta mampu memanfaatkan teknologi digital sebagai bagian dari strategi bisnis jangka panjang [3].

UMKM di Indonesia, khususnya di daerah seperti Kota Palu, menghadapi tantangan dalam beradaptasi terhadap transformasi digital [4]. Meskipun terdapat peluang besar dalam pemanfaatan teknologi, banyak pelaku usaha yang masih mengandalkan cara-cara konvensional [5]. Kendala utama yang sering ditemui antara lain masih terbatasnya literasi digital, kurangnya akses terhadap teknologi, serta rendahnya pemahaman mengenai strategi pemasaran berbasis digital [6].

Menurut laporan Digital 2024 mengindikasikan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia telah melampaui 221 juta orang, atau sekitar 79% dari total populasi [7]. Lebih dari 167 juta orang aktif menggunakan media sosial, dan sebagian besar di antaranya memanfaatkan platform digital untuk aktivitas belanja, komunikasi bisnis, serta hiburan [8]. Kondisi ini menegaskan bahwa pemanfaatan teknologi digital tidak lagi bersifat opsional, melainkan menjadi kebutuhan utama bagi pelaku usaha agar mampu bertahan dan bersaing [9].

Mahasiswa wirausaha juga menghadapi tantangan serupa. Sebagai generasi muda, mereka sebenarnya lebih dekat dengan teknologi, namun belum seluruhnya memiliki kesadaran untuk mengintegrasikan teknologi ke dalam model bisnis yang berkelanjutan [10]. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan dapat memberikan pemahaman konseptual sekaligus keterampilan praktis tentang pentingnya digital mindset serta strategi transformasi usaha di era 5.0 [11].

Berdasarkan survei awal terhadap 50 calon peserta di Kota Palu, diperoleh gambaran bahwa sebagian besar pelaku usaha masih mengandalkan metode pemasaran konvensional. Sekitar 80% responden belum pernah memanfaatkan

marketplace, 65% belum menggunakan WhatsApp Business, dan 75% mengaku belum pernah mendesain materi promosi digital secara mandiri. Hal ini mencerminkan adanya jurang yang cukup signifikan antara tuntutan ekosistem bisnis pada era *Society 5.0* yang mengharuskan pemanfaatan teknologi digital secara maksimal dengan praktik yang dijalankan oleh para pelaku usaha di lapangan

Gap tersebut berpotensi melemahkan daya saing UMKM lokal, karena pelaku usaha yang tidak segera bertransformasi digital berisiko kehilangan akses pasar yang lebih luas, tertinggal dalam efisiensi operasional, dan sulit berkompetisi dengan pelaku usaha yang sudah memanfaatkan platform digital. Sebagai konsekuensinya, dibutuhkan suatu intervensi dalam bentuk program penguatan digital mindset dan pendampingan praktis penggunaan teknologi digital yang secara spesifik menasar pelaku usaha lokal dan mahasiswa wirausaha di Kota Palu.

Secara teoretis, *digital mindset* dipahami sebagai pola pikir yang menempatkan teknologi sebagai enabler utama untuk inovasi model bisnis dan peningkatan nilai tambah usaha, yang menuntut keterbukaan terhadap perubahan, keberanian bereksperimen, dan kemampuan belajar berkelanjutan. Pada konteks UMKM, transformasi digital tidak hanya terkait adopsi aplikasi, tetapi juga perubahan cara mengelola proses bisnis, hubungan dengan pelanggan, dan strategi pemasaran.

Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman pelaku usaha serta mahasiswa wirausaha mengenai pentingnya pola pikir digital dalam menghadapi persaingan global, memberikan keterampilan praktis dalam penggunaan aplikasi digital untuk mendukung pengelolaan usaha, serta mendorong perubahan sikap dan motivasi untuk segera mengimplementasikan transformasi usaha berbasis digital.

METODE PENGABDIAN MASYARAKAT

Desain Kegiatan

Kegiatan pengabdian menggunakan desain workshop berbasis pelatihan partisipatif yang mengombinasikan ceramah, diskusi, studi kasus, dan praktik langsung. Pendekatan partisipatif dipilih agar peserta terlibat aktif dalam menggali pengalaman, mengidentifikasi masalah, dan merumuskan solusi digital yang relevan dengan usaha masing-masing.

Peserta dan Kriteria

Peserta berjumlah 50 orang, terdiri atas 30 pelaku usaha lokal dan 20 mahasiswa wirausaha. Pelaku usaha yang dilibatkan merupakan pengelola UMKM dengan lama usaha minimal 1 tahun dan belum optimal memanfaatkan platform digital untuk pemasaran maupun operasional. Mahasiswa wirausaha merupakan mahasiswa yang sedang atau telah merintis usaha dan memiliki pengalaman dasar menggunakan media sosial, namun belum terstruktur dalam strategi bisnis digital.

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada 13 September 2025 di Media Center Universitas Tadulako, Palu. Peserta berjumlah 50 orang yang terdiri dari 30 pelaku usaha lokal dan 20 mahasiswa wirausaha.

Tahap Persiapan

Pada tahap ini, tim pelaksana terlebih dahulu melaksanakan survei pendahuluan untuk mengidentifikasi permasalahan utama yang dihadapi oleh peserta. Hasil survei menunjukkan bahwa sebagian besar peserta memiliki usaha kecil dengan skala lokal dan belum sepenuhnya menggunakan teknologi digital dalam aktivitas pemasaran maupun operasional. Selanjutnya, tim menyusun materi pelatihan yang fokus pada pemahaman digital mindset dan praktik transformasi usaha.

Tahap Pelaksanaan

Kegiatan dilakukan dalam bentuk workshop dengan kombinasi metode sebagai berikut:

Ceramah: penyampaian materi tentang konsep *Society 5.0*, *digital mindset*, dan urgensi transformasi usaha.

Diskusi interaktif: peserta membahas pengalaman mereka dalam mengelola usaha, tantangan yang dihadapi, serta peluang yang muncul ketika menggunakan teknologi.

Studi kasus: peserta dianalisis contoh nyata transformasi usaha berbasis digital, baik di level nasional maupun lokal.

Praktikum: peserta mempraktikkan penggunaan aplikasi digital sederhana, seperti Canva untuk pembuatan desain promosi, serta *WhatsApp Business* untuk mendukung komunikasi dengan pelanggan, dan *marketplace* (Shopee, Tokopedia) untuk memperluas pasar.

Tahap Evaluasi

Evaluasi dilaksanakan melalui penggunaan instrumen pre-test dan post-test guna menilai tingkat pemahaman peserta sebelum dan setelah mengikuti pelatihan. Instrumen pre-test dan post-test disusun dalam bentuk 30 butir soal pilihan

ganda dan isian singkat yang mengukur pemahaman konsep *Society 5.0*, *digital mindset*, dan penerapan aplikasi digital dalam usaha. Indikator penilaian mencakup pengetahuan dasar, kemampuan mengaitkan konsep dengan konteks usaha, dan rencana implementasi. Data dianalisis secara deskriptif dengan menghitung rata-rata skor, selisih peningkatan, dan persentase peserta yang mencapai kategori pemahaman tertentu. Selain itu, kuesioner kepuasan digunakan untuk mengetahui sejauh mana kegiatan ini bermanfaat dan dapat diimplementasikan.

Durasi dan Rangkaian Kegiatan

Kegiatan dilaksanakan dalam satu hari penuh pada 13 September 2025 selama kurang lebih 6 jam efektif, yang terbagi ke dalam tiga sesi, yaitu sesi pemaparan konsep *Society 5.0* dan digital mindset, sesi diskusi dan studi kasus, serta sesi praktik penggunaan aplikasi digital seperti Canva, WhatsApp Business, dan *marketplace*. Pada sesi pemaparan materi, tim pengabdian menyampaikan konsep *Society 5.0* dan digital mindset kepada peserta secara interaktif (Gambar 1). Selanjutnya, kegiatan juga melibatkan seluruh tim pengabdian masyarakat yang berperan dalam mendukung kelancaran pelaksanaan program (Gambar 2).



Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2025)

Gambar 1. Penyampaian Materi Konsep *Society 5.0* dan Digital Mindset



Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2025)

Gambar 2. Tim Pengabdian Masyarakat

HASIL DAN PEMBAHASAN

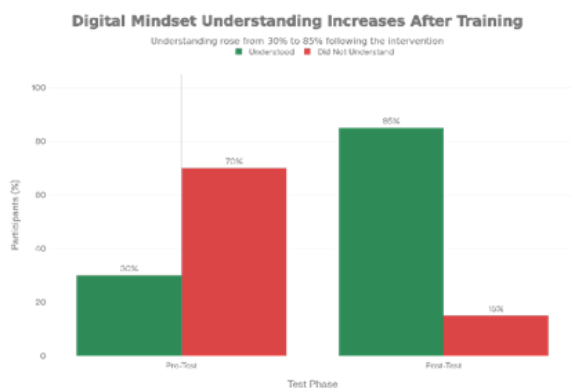
Kegiatan diikuti dengan antusias oleh para peserta. Rata-rata skor *pre-test* peserta tercatat sebesar 68,20 dan meningkat menjadi 85,40 pada *post-test*, sehingga terjadi kenaikan sebesar 17,20 poin atau 25,22%. Peningkatan ini mengindikasikan bahwa peserta tidak hanya memahami istilah digital mindset secara konseptual, tetapi juga mampu mengaitkannya dengan strategi pengembangan usaha masing-masing.

Berdasarkan hasil *pre-test*, sebagian besar peserta (sekitar 70%) belum memahami secara utuh konsep digital mindset. Namun setelah mengikuti workshop, hasil *post-test* menunjukkan peningkatan signifikan, di mana 85% peserta mampu menjelaskan kembali konsep tersebut serta mengaitkannya dengan usaha masing-masing.

Hasil Kuesioner

- 85% peserta menyatakan kegiatan sangat bermanfaat.
- 80% peserta merasa lebih percaya diri untuk memanfaatkan aplikasi digital.
- 75% peserta menyatakan akan segera menerapkan strategi digitalisasi usaha.

Perbandingan hasil *pre-test* dan *post-test* yang disajikan pada Gambar 3 memperlihatkan pergeseran distribusi pemahaman peserta dari kategori rendah ke sedang dan tinggi.



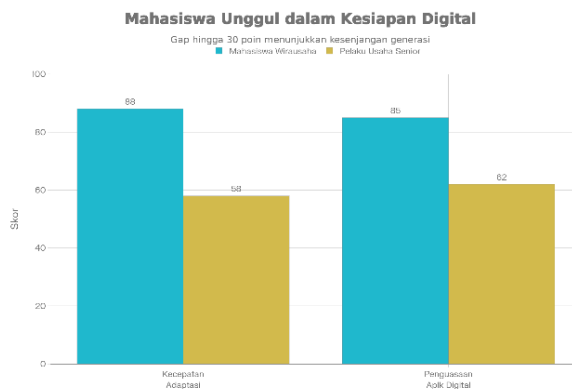
Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2025)

Gambar 3. Hasil *Pre Test* dan *Post Test*

Gambar 3 memperlihatkan bahwa proporsi peserta dengan pemahaman tinggi meningkat signifikan setelah pelatihan, sementara peserta dengan pemahaman rendah menurun tajam. Hasil observasi juga menunjukkan adanya peningkatan motivasi, terutama pada kelompok mahasiswa wirausaha yang lebih cepat beradaptasi dengan aplikasi digital. Sementara itu, pelaku usaha lokal cenderung membutuhkan pendampingan lebih

lanjut agar implementasi transformasi usaha dapat berjalan optimal.

Perbedaan tingkat adaptasi antara mahasiswa wirausaha dan pelaku usaha lokal dapat dilihat pada Gambar 4.



Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2025)

Gambar 4. Perbandingan kelompok mahasiswa wirausaha dan pelaku usaha lokal

Gambar 4 menggambarkan bahwa mahasiswa wirausaha cenderung lebih cepat menguasai fitur-fitur aplikasi digital dibanding pelaku usaha senior, yang lebih banyak memerlukan pendampingan teknis dasar.

Pembahasan

Kegiatan ini menegaskan bahwa keberhasilan transformasi usaha sangat dipengaruhi oleh kesiapan pola pikir digital. Pemahaman konsep saja tidak cukup, tetapi harus diikuti dengan keterampilan praktis serta dukungan lingkungan bisnis yang kondusif [12].

Dalam konteks Kota Palu, keterbatasan literasi digital dan akses internet menjadi tantangan nyata. Namun, kegiatan ini menunjukkan bahwa melalui edukasi dan pelatihan, pelaku usaha dapat mulai beradaptasi secara bertahap. Mahasiswa wirausaha juga memiliki peran strategis sebagai agen perubahan yang dapat membantu UMKM lokal dalam bertransformasi digital, baik melalui pendampingan maupun kolaborasi usaha.

Kegiatan praktik penggunaan aplikasi digital, seperti e-commerce dan media sosial, memberikan pengalaman langsung kepada peserta dalam mengimplementasikan konsep yang telah dipelajari (Gambar 5).



Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2025)

Gambar 5. Praktik Penggunaan Aplikasi Digital

Transformasi digital juga membuka peluang baru dalam hal efisiensi operasional dan perluasan pasar. Dengan adanya teknologi seperti e-commerce, aplikasi kasir digital, serta media sosial, pelaku usaha dapat menjangkau konsumen lebih luas dengan biaya yang relatif rendah [13]. Pada saat diskusi, beberapa peserta menyampaikan bahwa mereka baru menyadari potensi marketplace sebagai sarana memperluas jangkauan produk, bukan hanya terbatas pada pasar tradisional di Kota Palu. Hal ini menunjukkan bahwa literasi digital yang meningkat dapat langsung berimplikasi pada strategi bisnis peserta.

Temuan bahwa mahasiswa wirausaha lebih cepat beradaptasi dengan aplikasi digital sejalan dengan karakteristik generasi muda yang umumnya memiliki literasi digital lebih tinggi dan kedekatan yang lebih intens dengan teknologi informasi. Sebaliknya, pelaku usaha senior cenderung berhati-hati dalam mencoba teknologi baru dan membutuhkan waktu lebih panjang untuk mengubah kebiasaan kerja yang telah berjalan lama. Hal ini menguatkan pentingnya desain program pendampingan yang bersifat lintas generasi, di mana mahasiswa dapat berperan sebagai mitra atau coach digital bagi UMKM senior [14].

Lebih jauh lagi, kegiatan ini menyoroti urgensi pengembangan ekosistem digital di tingkat lokal. Tanpa adanya dukungan infrastruktur internet yang memadai, kebijakan pemerintah daerah yang pro-UMKM, serta komunitas digital yang aktif, upaya transformasi usaha hanya akan bersifat jangka pendek. Oleh karena itu, hasil pengabdian ini dapat dijadikan rekomendasi untuk pengambil kebijakan agar menyediakan program pendampingan jangka panjang, memperluas akses internet murah, dan menghadirkan platform digital lokal yang mendukung pertumbuhan UMKM Palu. Dengan demikian, transformasi usaha berbasis digital dapat berlangsung secara lebih berkelanjutan dan memberikan dampak nyata terhadap perekonomian daerah [15].

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat bertema “*Digital Mindset & Transformasi Usaha di Era 5.0*” terbukti efektif meningkatkan pemahaman dan kesiapan awal pelaku usaha dan mahasiswa wirausaha di Kota Palu dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pengembangan usaha. Hal ini tercermin dari peningkatan rata-rata skor *pre-test* ke *post-test* sebesar 25.2% dan tingginya persentase peserta yang menyatakan siap mengimplementasikan strategi digitalisasi.

Program ini juga menunjukkan bahwa integrasi peserta lintas generasi menghadirkan dinamika saling melengkapi, di mana mahasiswa wirausaha berpotensi menjadi motor penggerak transformasi digital bagi UMKM senior. Kontribusi utama kegiatan ini terletak pada model pelatihan partisipatif yang menggabungkan penguatan digital mindset dengan praktik langsung aplikasi digital yang relevan dengan kebutuhan usaha lokal.

Bagi UMKM, diperlukan komitmen untuk melanjutkan praktik penggunaan aplikasi digital yang telah diperkenalkan, serta mencari pendampingan lanjutan ketika menemui kendala implementasi. Bagi perguruan tinggi, model pengabdian ini dapat dikembangkan menjadi program klinik bisnis digital atau inkubasi yang melibatkan mahasiswa sebagai pendamping tetap bagi UMKM mitra. Bagi pemerintah daerah, hasil kegiatan ini dapat menjadi dasar perumusan kebijakan dan program dukungan transformasi digital UMKM, termasuk penyediaan akses internet yang lebih merata dan pelatihan berskala lebih luas.

Kegiatan ini memiliki keterbatasan pada durasi pelatihan yang singkat, jumlah peserta yang terbatas, dan belum adanya pemantauan jangka panjang terhadap implementasi strategi digital di usaha peserta.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] C. N. Rojas, G. Adolfo, A. Peñafiel, D. Fernando, and L. Buitrago, “Society 5.0: A Japanese Concept for a Superintelligent Society,” 2021. doi: <https://doi.org/10.3390/su13126567>
- [2] A. Rokhimah, R. Nurdiana, and Pramono, “TRANSFORMASI BISNIS MENUJU EKONOMI 5.0: STRATEGI ADAPTASI DAN INOVASI,” vol. 2, no. 2, pp. 101–109, 2024. doi: <https://doi.org/10.59031/jkpim.v2i2.408>
- [3] H. K. H. D. H. J. M. Philip Kotler, *Entrepreneurial Marketing*. Gramedia Pustaka Utama, 2024. [Online]. Available: <https://books.google.co.id/books?id=rEQYEQAAQBAJ>

- [4] I. Hidayat, D. L. Qurotulaini, N. A. Safitri, and R. Novitasari, "Transformasi Digital Pada UMKM di Indonesia Dalam Menghadapi Tantangan dan Peluang Pada Akses Pembiayaan Digital Transformation of MSMEs in Indonesia in Facing Challenges and Opportunities in Access to Financing," pp. 7414-7423, 2024. doi: <https://jicnusantara.com/index.php/jiic/article/view/1992>
- [5] Hasibuan, Razali Ade Syahputra, Asadiyah, Elia and Rahayu, Yayuk Sri (2022) UMKM recovery strategy in Malang City based on digital marketing. Presented at International Conference of Islamic Economics and Business 8th 2022, 29 Sep 2022, available: <https://repository.uin-malang.ac.id/11624/7/11624.pdf>
- [6] Santi, I. N., Parawangsa, I., Parani, S. B., & Lamusa, F. (2024). Eksplorasi faktor penghambat adopsi digital marketing pada UMKM di Kota Palu. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 21(2) pp. 207-222. doi: <https://doi.org/10.31851/jmwe.v21i2.15036>
- [7] Kemp, S. (2024). Digital 2024: Indonesia. DataReportal [Online]. Available: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- [8] R. Iskandar, R. F. Rhamadhani, A. P. Utami, S. A. Fitriam, and M. Akbar, "Peran Kecerdasan Buatan dalam Meningkatkan Efisiensi dan Transparansi Pasar Keuangan," *Econ. Educ. J.*, vol. 7, no. 1, pp. 186-207, 2025, doi: 10.33503/ecoducation.v7i1.1374.
- [9] Umar, C. Raheni, Nursalim, I. Rizkiani, Tovan, and Mutmainah, "SCALE-UP STRATEGY OF VILLAGE-OWNED ENTERPRISES IN SIGI DISTRICT: INSTITUTIONAL TRANSFORMATION TOWARDS DIGITALIZATION," *Indones. Interdisciplinary J. Sharia Econ.*, vol. 8, no. 2, pp. 167-186, 2025. doi: <https://doi.org/10.31538/ijse.v8i2.6109>
- [10] F. Izzati, R. Firamadhina, and H. Krisnani, "PERILAKU GENERASI Z TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme," vol. 0042, pp. 199-208, 2016, doi: 10.24198/share.v10i2.31443.
- [11] Y. Rahsel, W. Waziana, R. H. Saputra, and P. A. Pratomo, "Pengembangan Umkm Melalui Platform E-Commerce Berbasis Ai Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Lokal," *J. AbdiMas Nusa Mandiri*, vol. 7, no. 1, pp. 9-16, 2025, doi: 10.33480/abdimas.v7i1.5977.
- [12] Subekti, R., Ohyver, D. A., Judijanto, L., & Dahliana, A. B. (2024). Transformasi digital (Teori & implementasi menuju era Society 5.0). PT. Sonpedia Publishing Indonesia. available: https://www.researchgate.net/publication/380462238_TRANSFORMASI_DIGITAL_Teori_iimplementasi_Menuju_Era_Society_50
- [13] C. Ananda, B. Tarigan, H. B. Sembiring, R. Yulinda, and S. Marfu (2025), "Peran Inovasi Operasional Berbasis Digital dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM," *Jurnal Bisnis, Ekonomi Syariah, dan Pajak* vol. 2, no 2. doi: <https://doi.org/10.61132/jbep.v2i2.1115>
- [14] M. Heru and R. Chakim, (2025) "The Social Empowerment Role of the Penta Helix Entrepreneurship Ecosystem in Driving the National Economy Penguatan Peran Sosial Ekosistem Kewirausahaan Penta Helix dalam," vol. 6, no. 1, pp. 1-13. doi: <https://doi.org/10.34306/adimas.v6i1.1283>
- [15] Darmawan, I. (2025). "Sinergi teknologi informasi dan kewirausahaan: Menyongsong era inovasi yang berkelanjutan sebagai strategi untuk penciptaan nilai tambah". *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, vol. 21, no. 1. doi: 10.23960/jbm.v21i1.3713