



## **PENDAMPINGAN UMKM BERBASIS PRODUK LOKAL DALAM MEMBANGUN BRAND YANG BERKELANJUTAN DI DESA LABUHAN SUMBAWA**

**Sri Rahayu<sup>1</sup>, I Putu Gede Diatmika<sup>2</sup>, Ardiyansyah<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Universitas Teknologi Sumbawa, Sumbawa Besar, Indonesia

<sup>2</sup>Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja, Bali, Indonesia

<sup>3</sup>Universitas Samawa, Sumbawa Besar, Indonesia

\*E-mail: [rahmaayu272@gmail.com](mailto:rahmaayu272@gmail.com)

### **ABSTRAK**

UMKM juga mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dengan memanfaatkan sumber daya lokal, baik bahan baku maupun tenaga kerja. Hal ini tidak hanya meningkatkan pendapatan daerah tetapi juga memastikan pemerataan ekonomi di berbagai wilayah. Meskipun memiliki peran yang signifikan, UMKM menghadapi berbagai tantangan yang menghambat perkembangan dan daya saing. Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan dalam penggunaan teknologi digital dan literasi digital. Metode dalam kegiatan pendampingan UMKM berbasis produk lokal di Desa Labuhan, Sumbawa, metode yang digunakan bersifat partisipatif dan aplikatif. Pendampingan dimulai dengan identifikasi langsung potensi produk lokal melalui observasi dan wawancara dengan pelaku UMKM, dilanjutkan dengan pelatihan yang fokus pada peningkatan kemampuan branding, seperti pembuatan desain kemasan, penentuan identitas merek, hingga pemanfaatan media digital untuk promosi. Kegiatan ini difokuskan pada upaya penguatan aspek branding dan pemasaran produk berbasis potensi lokal agar dapat lebih kompetitif di tengah pasar yang semakin terbuka. Dalam pelaksanaannya, kegiatan ini tidak hanya memberikan pengetahuan teoritis, tetapi juga memberikan pengalaman praktik langsung yang aplikatif, sehingga peserta dapat menerapkannya secara nyata dalam usaha masing-masing. Hasil dari kegiatan pendampingan ini menunjukkan bahwa pendekatan edukatif dan aplikatif mampu memberikan dampak nyata dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM lokal. Diperlukan program lanjutan yang lebih intensif dan terstruktur agar hasil dari kegiatan ini tidak hanya bersifat sementara, tetapi benar-benar menciptakan UMKM yang mandiri, kreatif, dan tangguh.

**Kata kunci:** UMKM, Produk\_Lokal, Membangun\_Brand\_Berkelanjutan

## ***ASSISTANCE FOR LOCAL PRODUCT BASED MSMEs IN BUILDING A SUSTAINABLE BRAND IN LABUHAN VILLAGE SUMBAWA***

### **ABSTRACT**

*MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises) also play a crucial role in driving local economic growth by utilizing local resources, both in terms of raw materials and labor. This not only increases regional income but also ensures equitable economic distribution across various areas. Despite their significant contribution, MSMEs face numerous challenges that hinder their development and competitiveness. One of the main challenges is the limited use of digital technology and low levels of digital literacy. In the mentoring activities for local product-based MSMEs in Labuhan Village, Sumbawa, the method used was both participatory and applicative. The mentoring process began with the direct identification of local product potential through observation and interviews with MSME actors, followed by training focused on enhancing branding skills, such as packaging design, brand identity development, and the use of digital media for promotion. This activity focused on strengthening branding and marketing aspects of products based on local potential so that they can be more competitive in an increasingly open market. In its implementation, this program did not merely provide theoretical knowledge but also offered practical, hands-on experience that participants could directly apply to their businesses. The results of this mentoring program show that an educational and practical approach can deliver tangible impacts in improving the capacity of local MSME actors. A more intensive and structured follow-up program is necessary to ensure that the outcomes of this initiative are not temporary, but instead lead to the development of independent, creative, and resilient MSMEs.*

**Keywords:** MSMEs, Local\_Products, Building\_Sustainable\_Brand



## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. Data menunjukkan bahwa sektor UMKM berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan penyerapan tenaga kerja. UMKM di Indonesia berkontribusi sekitar 60,5% terhadap PDB nasional dan menyerap hampir 97% dari total tenaga kerja di negara ini (Ariesta, 2022). Jumlah unit usaha UMKM mencapai lebih dari 64 juta, tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Angka ini menekankan betapa vitalnya peran UMKM dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional dan penyediaan lapangan kerja bagi masyarakat (UKM., 2022). Selain kontribusi terhadap PDB dan penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam menciptakan lapangan kerja, terutama di daerah pedesaan. Sektor ini membantu mengurangi tingkat pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui penyediaan pekerjaan dan peningkatan pendapatan. UMKM juga mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dengan memanfaatkan sumber daya lokal, baik bahan baku maupun tenaga kerja. Hal ini tidak hanya meningkatkan pendapatan daerah tetapi juga memastikan pemerataan ekonomi di berbagai wilayah (Sambuaga, 2024).

Meskipun memiliki peran yang signifikan, UMKM menghadapi berbagai tantangan yang menghambat perkembangan dan daya saing. Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan dalam penggunaan teknologi digital dan literasi digital (Kholifah, A. N., Andini, C. T., Putri, S. A., Azizah, A. N., 2024). Banyak dari pelaku UMKM yang masih kesulitan dalam mengoperasikan perangkat dan aplikasi digital, sehingga mereka cenderung menggunakan metode pemasaran konvensional dan tidak beralih ke platform digital (Daerah, 2024). Padahal, adopsi teknologi digital dapat membuka peluang pasar yang lebih luas dan meningkatkan efisiensi operasional. Selain itu, keterbatasan akses terhadap pembiayaan modal usaha juga menjadi hambatan signifikan. Beberapa pelaku UMKM yang tidak memiliki kemampuan dalam menyusun laporan keuangan yang baik, tidak memiliki rekam jejak kredit yang memadai, serta kurangnya jaminan yang diperlukan untuk mengakses pinjaman. Hal ini membatasi kemampuan mereka untuk mengembangkan usaha dan meningkatkan kualitas produk.

Kurangnya literasi digital juga menghambat UMKM dalam memanfaatkan platform e-commerce dan media sosial untuk memasarkan produk. Hal ini menyebabkan mereka kehilangan peluang untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan bersaing dengan produk luar negeri. Untuk mengatasi tantangan tersebut, berbagai upaya telah dilakukan oleh pemerintah dan sektor swasta. Pemerintah melalui Kementerian Koperasi dan UKM telah meluncurkan program Kredit Usaha Rakyat (KUR) dengan suku bunga rendah dan syarat yang lebih ringan untuk memudahkan UMKM mengakses pembiayaan. Selain itu, program pelatihan dan pendampingan diberikan untuk meningkatkan literasi digital dan kemampuan manajerial pelaku UMKM. Program seperti "UMKM Go Digital" dan "Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia" juga digalakkan untuk mendorong adopsi teknologi digital di kalangan pelaku UMKM (Wijdan, 2022).

Sektor swasta juga berperan aktif dalam mendukung pengembangan UMKM melalui penyediaan platform e-commerce, pelatihan digital, dan akses ke jaringan distribusi. Kolaborasi antara pemerintah, swasta, dan masyarakat menjadi kunci dalam menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan UMKM secara berkelanjutan. UMKM memiliki peran yang tidak tergantikan dalam perekonomian Indonesia, berkontribusi signifikan terhadap PDB dan penyerapan tenaga kerja. Namun, untuk memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan dan meningkatkan daya saing di era digital, UMKM perlu didukung dalam mengatasi berbagai tantangan, terutama dalam hal adopsi teknologi dan akses pembiayaan. Dengan kolaborasi antara semua pihak terkait, diharapkan UMKM dapat terus berkembang dan menjadi pilar utama perekonomian nasional (UKM., 2022).

Kondisi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Labuhan Sumbawa, Kecamatan Labuhan Badas, Kabupaten Sumbawa, menunjukkan perkembangan yang signifikan meskipun dihadapkan pada berbagai tantangan. UMKM di wilayah ini memainkan peran penting dalam perekonomian lokal, namun masih memerlukan pendampingan dan peningkatan kapasitas untuk dapat bersaing di pasar yang semakin kompetitif. UMKM di Desa Labuhan Sumbawa sebagian besar bergerak di sektor industry, seperti produk olahan makanan. Beberapa usaha mikro yang terdaftar antara lain UD. Taman Laut, UD. Mandiri, UD. Saling Sakiki, dan UD. Janah. Produk yang dihasilkan mencakup makanan olahan tradisional dan kerajinan tangan berbasis sumber daya lokal. Meskipun demikian, sebagian besar UMKM di desa ini masih berskala mikro dan memiliki keterbatasan dalam hal modal, teknologi, serta manajemen usaha (Rahayu et al., 2021).



UMKM di Labuhan Sumbawa menghadapi berbagai tantangan utama yang menghambat pertumbuhan dan daya saing. Tantangan tersebut meliputi keterbatasan akses modal, di mana banyak pelaku UMKM kesulitan memperoleh pembiayaan untuk pengembangan usaha; keterbatasan pengetahuan manajerial seperti kurangnya pemahaman tentang strategi pemasaran dan pengelolaan keuangan yang efektif; keterbatasan akses pasar karena produk yang dihasilkan umumnya hanya dijual di pasar lokal dan belum memiliki daya saing di pasar yang lebih luas; serta keterbatasan teknologi, khususnya dalam penggunaan alat produksi modern dan pemasaran digital yang masih minim sehingga berdampak pada efisiensi usaha. Untuk mengatasi tantangan-tantangan tersebut, berbagai upaya telah dilakukan, melalui pelatihan kewirausahaan berupaya meningkatkan wawasan pelaku UMKM tentang desain kemasan, perbaikan label produk, dan pemasaran digital agar dapat lebih bersaing di pasar (Sutama, I. N., Rahayu, Sri., Karmeli, E., Kamaruddin, K., & Rahim, 2022). Selain itu, pemerintah Kabupaten Sumbawa meluncurkan program Bale Berdaya yang menyediakan pelatihan dan pendampingan guna memperkuat daya saing UMKM di pasar lokal maupun global. Beberapa pelaku UMKM juga mulai memanfaatkan platform digital untuk menjual produknya, namun masih banyak yang membutuhkan bimbingan lebih lanjut dalam penggunaan e-commerce dan strategi pemasaran online.

## **METODE**

Metode dalam kegiatan pendampingan UMKM berbasis produk lokal di Desa Labuhan, Sumbawa, metode yang digunakan bersifat partisipatif dan aplikatif. Pendampingan dimulai dengan identifikasi langsung potensi produk lokal melalui observasi dan wawancara dengan pelaku UMKM, dilanjutkan dengan pelatihan yang fokus pada peningkatan kemampuan branding, seperti pembuatan desain kemasan, penentuan identitas merek, hingga pemanfaatan media digital untuk promosi. Kegiatan pelatihan dilakukan secara praktis dan interaktif agar peserta dapat langsung mengaplikasikan materi dalam usaha mereka. Selanjutnya, dilakukan pendampingan intensif secara personal melalui kunjungan lapangan dan coaching, untuk memastikan UMKM mampu menerapkan strategi branding secara konsisten. Dalam proses ini juga dilibatkan berbagai pihak seperti perangkat desa, perguruan tinggi, dan dinas terkait guna menciptakan kolaborasi yang berkelanjutan. Pendampingan merupakan strategi yang digunakan untuk menyampaikan informasi, ide, kebijakan, atau program kepada pelaku UMKM di desa Labuhan Sumbawa dengan tujuan meningkatkan pemahaman, keterlibatan, serta perubahan perilaku yang positif.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan pendampingan UMKM berbasis produk lokal yang dilaksanakan di Desa Labuhan Sumbawa, menunjukkan hasil yang cukup signifikan dalam meningkatkan kapasitas dan kualitas usaha pelaku UMKM. Kegiatan ini difokuskan pada upaya penguatan aspek branding dan pemasaran produk berbasis potensi lokal agar dapat lebih kompetitif di tengah pasar yang semakin terbuka. Dalam pelaksanaannya, kegiatan ini tidak hanya memberikan pengetahuan teoritis, tetapi juga memberikan pengalaman praktik langsung yang aplikatif, sehingga peserta dapat menerapkannya secara nyata dalam usaha masing-masing. Salah satu hasil utama yang diperoleh adalah meningkatnya kesadaran dan pemahaman pelaku UMKM tentang pentingnya membangun identitas merek. Melalui sesi pelatihan intensif, para peserta memperoleh materi mengenai dasar-dasar branding, pembuatan desain kemasan, penentuan logo dan nama usaha, serta strategi pemasaran digital. Hasilnya, sebagian besar peserta mampu mengembangkan elemen visual merek dan melakukan perbaikan pada kemasan produk mereka, sehingga terlihat lebih menarik dan profesional. Hal ini secara langsung meningkatkan nilai jual produk sekaligus daya tariknya di mata konsumen.

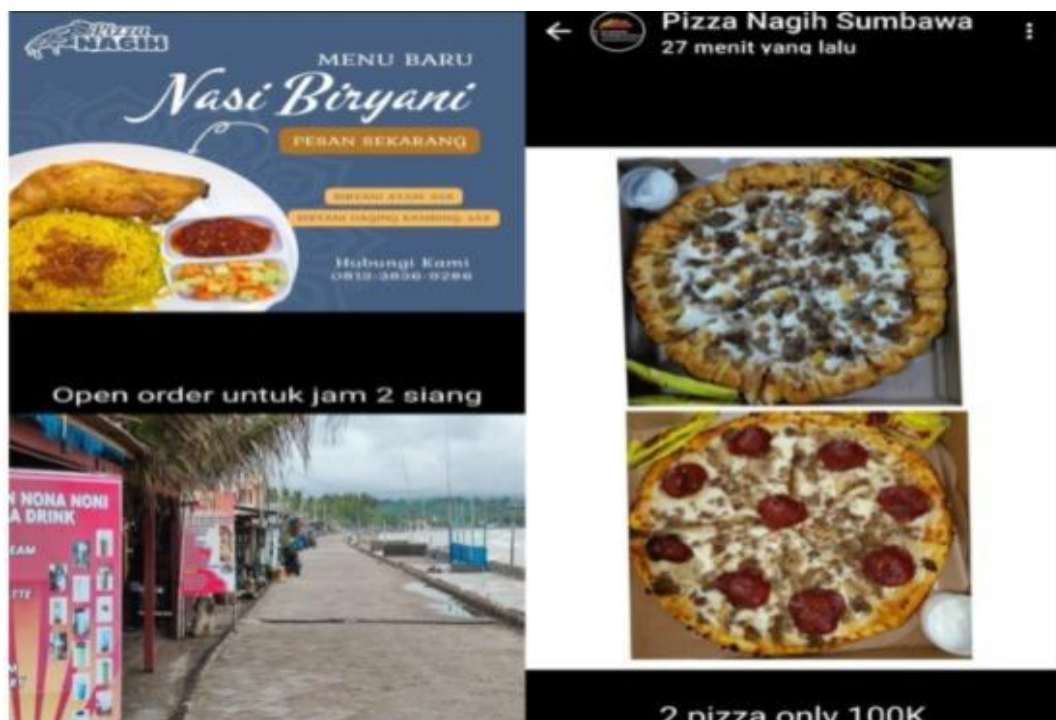
Selain dari sisi visual branding, kegiatan ini juga mendorong pelaku UMKM untuk melakukan inovasi produk. Beberapa peserta mulai menciptakan variasi baru dari produk yang sudah ada, menyesuaikan cita rasa dan kemasan sesuai kebutuhan pasar, tanpa meninggalkan identitas lokal produk tersebut. Sebagai contoh, pelaku usaha olahan hasil laut dan makanan khas tradisional mulai menambahkan unsur modern baik dalam tampilan maupun strategi pemasarannya. Upaya diversifikasi ini menjadi salah satu langkah strategis dalam memperkuat keberlangsungan usaha dan meningkatkan daya saing produk di pasar yang lebih luas.

Peningkatan literasi digital di kalangan pelaku UMKM. Dalam kegiatan ini, peserta diperkenalkan dengan berbagai platform digital seperti media sosial (Instagram, Facebook) dan aplikasi penjualan (WhatsApp Business, Shopee, Tokopedia) sebagai media promosi dan transaksi. Sebagian pelaku UMKM telah mulai aktif menggunakan media sosial untuk membangun hubungan dengan pelanggan, mempromosikan produk, hingga menerima pesanan secara online. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM telah mulai bertransformasi mengikuti perkembangan teknologi dalam pengelolaan bisnisnya.

Pendampingan ini juga berhasil menciptakan ekosistem kolaboratif antara pelaku UMKM, perangkat desa, perguruan tinggi, dan pemerintah daerah. Keterlibatan berbagai pihak dalam proses ini menjadi faktor pendukung yang sangat penting. Peran perguruan tinggi seperti Universitas Samawa dalam memberikan pelatihan dan pendampingan teknis, serta dukungan dari pemerintah melalui program seperti *Bale Berdaya*, mampu memperkuat jejaring dan memberikan akses yang lebih luas bagi pelaku UMKM terhadap sumber daya, pelatihan lanjutan, serta peluang pasar. Kolaborasi ini membuka kemungkinan berkelanjutan dan replikasi kegiatan di desa-desa lain di Kabupaten Sumbawa.

Secara keseluruhan, hasil dari kegiatan pendampingan ini menunjukkan bahwa pendekatan edukatif dan aplikatif mampu memberikan dampak nyata dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM lokal. Peningkatan dalam aspek branding, inovasi produk, digitalisasi, serta kolaborasi menjadi fondasi penting bagi pengembangan UMKM yang berkelanjutan. Selain itu, kegiatan ini juga memberikan kontribusi terhadap peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat secara luas, serta menumbuhkan semangat kewirausahaan yang lebih adaptif dan mandiri di tengah tantangan ekonomi global saat ini.

Peningkatan kapasitas pelaku UMKM dalam aspek branding dan digitalisasi, kegiatan pendampingan ini juga berdampak pada tumbuhnya rasa percaya diri dan semangat kewirausahaan masyarakat. Para pelaku UMKM yang sebelumnya merasa ragu dan kurang percaya diri dalam memasarkan produk mereka, kini mulai berani tampil di media sosial, mengikuti pameran lokal, bahkan menjalin kemitraan dengan toko oleh-oleh dan pelaku usaha lainnya. Pendampingan secara personal melalui kunjungan lapangan juga memberi motivasi dan dukungan moral yang sangat dibutuhkan oleh UMKM kecil yang umumnya berjalan secara mandiri dan tanpa pendamping profesional sebelumnya.



Gambar 1. Dokumen Kegiatan Pendampingan UMKM Berbasis Produk Lokal Dalam Membangun Brand Yang Berkelanjutan Di Desa Labuhan Sumbawa



Dampak sosial lainnya yang patut dicatat adalah munculnya solidaritas dan semangat kolaboratif antar pelaku UMKM. Melalui kegiatan diskusi kelompok selama pelatihan, para peserta saling bertukar ide, memberikan masukan terhadap produk satu sama lain, bahkan mulai menjajaki kerja sama produksi dan promosi bersama. Hal ini sangat positif dalam membentuk komunitas UMKM yang aktif dan saling mendukung, yang pada gilirannya akan memperkuat ekosistem ekonomi desa. Beberapa peserta juga menyampaikan keinginan untuk membentuk kelompok usaha bersama (KUB) agar bisa mengakses bantuan pemerintah dan pelatihan lanjutan secara kolektif.

Dari sisi ekonomi, meskipun kegiatan ini baru berjalan dalam waktu yang relatif singkat, beberapa pelaku UMKM mulai merasakan dampaknya. Mereka melaporkan peningkatan penjualan setelah melakukan perbaikan kemasan dan mulai aktif memasarkan produk melalui media sosial. Beberapa produk UMKM bahkan sudah mulai dikenal di luar Desa Labuhan, seperti di Kota Sumbawa Besar dan wilayah sekitarnya, berkat promosi daring dan rekomendasi dari pengunjung yang merasa puas dengan kualitas produk yang lebih terstandar. Meski peningkatan ini belum terlalu besar secara kuantitatif, namun perubahan ini merupakan indikator awal bahwa proses branding dan digitalisasi mampu memberikan hasil nyata dalam pengembangan usaha. Dari hasil evaluasi yang dilakukan selama proses pendampingan, ditemukan bahwa sebagian besar peserta masih memerlukan bimbingan lanjutan terutama dalam hal konsistensi kualitas produk, pengelolaan keuangan, serta pemanfaatan e-commerce secara optimal. Hal ini menjadi catatan penting bahwa pendampingan tidak bisa berhenti hanya pada satu kali program pelatihan saja, melainkan harus menjadi bagian dari proses pembinaan jangka panjang yang melibatkan berbagai pihak. Diperlukan program lanjutan yang lebih intensif dan terstruktur agar hasil dari kegiatan ini tidak hanya bersifat sementara, tetapi benar-benar menciptakan UMKM yang mandiri, kreatif, dan tangguh.

Oleh karena itu, kegiatan pendampingan ini tidak hanya menjadi kegiatan insidental, melainkan menjadi awal dari proses transformasi UMKM Desa Labuhan ke arah yang lebih profesional dan berdaya saing tinggi. Dengan dukungan berkelanjutan dari lembaga pendidikan, pemerintah desa, dan stakeholder lainnya, diharapkan UMKM di Desa Labuhan mampu tumbuh sebagai penggerak ekonomi desa yang tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang secara berkelanjutan di tengah tantangan zaman yang terus berubah.

## **SIMPULAN**

Kegiatan pendampingan UMKM berbasis produk lokal yang dilaksanakan di Desa Labuhan Sumbawa, merupakan sebuah inisiatif strategis yang berfokus pada pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui pendekatan branding dan penguatan identitas produk lokal. Dalam konteks perkembangan ekonomi desa yang semakin kompetitif, UMKM memegang peranan penting sebagai penggerak ekonomi rakyat. Namun, tantangan seperti keterbatasan pengetahuan manajerial, minimnya literasi digital, serta akses pasar yang terbatas, masih menjadi hambatan utama bagi para pelaku UMKM di daerah. Melalui kegiatan ini, terlihat bahwa pendampingan yang terstruktur dan terarah dapat memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kapasitas individu pelaku UMKM serta memperkuat posisi produk lokal di pasar yang lebih luas. Dalam konteks branding, peserta pelatihan diajak untuk mengenali nilai-nilai lokal yang terkandung dalam produk mereka. Nilai-nilai tersebut kemudian dikembangkan menjadi narasi yang dapat menarik perhatian pasar, khususnya pasar yang memiliki preferensi terhadap produk lokal, otentik, dan berkelanjutan. Beberapa peserta, misalnya, mulai mengganti nama merek usahanya agar lebih komunikatif dan mudah diingat oleh konsumen, serta menyesuaikan desain logo dan label produk agar lebih profesional. Selain itu, dengan pendampingan desain sederhana, pelaku usaha dapat membuat kemasan yang lebih menarik tanpa harus mengeluarkan biaya tinggi, menggunakan bahan yang mudah didapat di desa namun tetap memberikan kesan premium. Selain aspek visual dan naratif, inovasi produk juga menjadi hasil penting dari kegiatan ini. Pelaku UMKM terdorong untuk mengeksplorasi variasi produk baru yang masih relevan dengan bahan baku lokal, namun memiliki nilai tambah lebih tinggi. Kegiatan ini mendorong tumbuhnya semangat kolaborasi antar pelaku usaha di Desa Labuhan. Dalam sesi diskusi kelompok, para pelaku UMKM saling berbagi pengalaman, saling memberi masukan, hingga menjalin rencana kerja sama usaha seperti paket promosi gabungan atau penjualan bersama di media sosial. Hal ini menciptakan iklim usaha yang lebih terbuka, inklusif, dan berorientasi pada pertumbuhan bersama.



Tidak hanya meningkatkan kapasitas pelaku usaha secara individu, tetapi juga mendorong terbentuknya komunitas ekonomi yang lebih sadar akan pentingnya branding, inovasi, dan digitalisasi.

### UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam pelaksanaan kegiatan Pendampingan UMKM Berbasis Produk Lokal Dalam Membangun Brand yang Berkelanjutan di Desa Labuhan Sumbawa, dan terimakasih juga kepada pihak yang telah membantu hingga artikel ini dapat diselesaikan tepat waktu.

### DAFTAR PUSTAKA

- Ariesta, A. (2022). Peran Krusial UMKM, Serap 97% Tenaga Kerja dan Sumbang 61,97% ke PDB. *Sindo News*.
- Daerah, R. (2024). *Peran Strategis UMKM dalam Perekonomian Indonesia*.
- Kholifah, A. N., Andini, C. T., Putri, S. A., Azizah, A. N., & S. (2024). Peran UMKM dalam Meningkatkan Perekonomian di Indonesia. *Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisiplin*, 8(10), 1–8.
- Kementerian Koperasi dan UKM (2022). Peran UMKM dalam Perekonomian Indonesia: Kontribusi, Tantangan, dan Upaya Pengembangannya. *Pajak.Com*.
- Rahayu, S., Diatmika, I. P. G. dan, & Fitriani, I. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Penggunaan E- Banking Pada Umkm Di Kecamatan Labuhan Badas Kabupaten Sumbawa. *Samalewa: Jurnal Riset Dan Kajian Manajemen*, 1(1), 24–33.
- Sambuaga, J. (2024). Kontribusi UMKM Terhadap PDB Indonesia 60,51 Persen dan Serap 96,92 Tenaga Kerja. *Niaga.Asia*.
- Sutama, I. N., Rahayu, Sri., Karmeli, E., Kamaruddin, K., & Rahim, A. (2022). Penguatan Daya Saing UMKM Melalui Sosialisasi dan Pelatihan Kewirausahaan di Desa Labuhan Badas Kecamatan Labuhan Badas. *Jurnal Pengembangan Masyarakat Lokal*, 4(1), 251–256. <https://doi.org/10.58406/jpml.v4i1.817>
- Wijdan. (2022). Peran dan Tantangan UMKM dalam Perekonomian Indonesia. *Kompasiana*.