

PERAN KEARIFAN LOKAL DALAM PENGEMBANGAN UMKM BERBASIS BUDAYA UNTUK MENDUKUNG EKONOMI BERKELANJUTAN DI LOMBOK TIMUR: PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH

Nur Fitri Eka Asbarini¹, Maya Ulyani², Abdul Chalel Rahman³

Institut Teknologi Sosial dan Kesehatan Muhammadiyah Selong, Lombok Timur, NTB^{1,2,3}
riniiasbarini@gmail.com

Abstract

This study aims to synthesize existing evidence on the role of local wisdom in fostering the development of culture-based Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in East Lombok and to develop a conceptual framework from an Islamic economics perspective. Despite the growing body of literature on local wisdom, MSME development, and the halal economy, limited studies have integrated these dimensions within a comprehensive Islamic economic framework. This study employed a PRISMA-based Systematic Literature Review (SLR) by analyzing peer-reviewed national and international journal articles published between 2021 and 2026. The review synthesizes evidence on the integration of Sasak cultural values, product innovation, cultural branding, halal value chains, and sustainable development. The findings indicate that local wisdom strengthens MSME competitiveness through three interrelated mechanisms: product differentiation based on cultural identity, the creation of halal value chains, and community-based social capital rooted in mutual cooperation (gotong royong). Cultural practices such as Pringgasele weaving, Masbagik pottery, ketak handicrafts, and the utilization of local materials function not only as cultural assets but also as ethical economic resources aligned with Islamic principles of justice, trustworthiness, public welfare (maslahah), and the objectives of maqashid al-shariah. Unlike previous studies that examine local wisdom and halal MSMEs separately, this review integrates both dimensions into a unified conceptual framework demonstrating how local wisdom promotes innovation, cultural and halal branding, sustainable competitiveness, and community welfare. The study contributes to the literature by offering an integrated Islamic economic framework for sustainable MSME development and provides policy recommendations for strengthening culture-based halal MSMEs through halal certification, digital storytelling, and multi-stakeholder collaboration.

Keywords: *Local Wisdom; Culture-Based MSMEs; Islamic Economics; Halal Value Chain; Sustainable Development; Maqashid al-Shariah.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis peran kearifan lokal dalam pengembangan UMKM berbasis budaya di Lombok Timur dari perspektif ekonomi syariah. Metode yang digunakan adalah pendekatan Systematic Literature Review dengan menelaah kajian dari berbagai artikel jurnal bereputasi ilmiah nasional dan internasional yang terbit terutama pada periode 2021-2026. Fokus kajian diarahkan pada integrasi nilai budaya Sasak, inovasi produk, branding budaya, rantai nilai halal, dan keberlanjutan. Hasil telaah menunjukkan bahwa kearifan lokal, seperti tradisi tenun Pringgasele, gerabah Masbagik, kerajinan berbahan ketak, gotong royong, serta pemanfaatan bahan lokal, tidak hanya berfungsi sebagai modal budaya, tetapi juga sebagai sumber etika ekonomi. Nilai tersebut sejalan dengan prinsip ekonomi Islam berupa maslahah, keadilan (al-adl), amanah, ukhuwah ekonomi, dan keberlanjutan (istislah), sekaligus mendukung tujuan maqashid syariah. Penelitian ini menyusun kerangka konseptual bahwa kearifan lokal mendorong inovasi produk, branding budaya dan halal, daya saing UMKM, keberlanjutan ekonomi, serta maslahah masyarakat. Implikasi praktis penelitian meliputi pemetaan potensi budaya, pendampingan sertifikasi halal, pelatihan digital storytelling,

pembentukan klaster UMKM budaya, dan kolaborasi pemerintah, komunitas, perguruan tinggi, marketplace, serta lembaga ekonomi syariah.

Kata Kunci: Kearifan lokal, UMKM, Keberlanjutan Ekonomi, Ekonomi Halal, Maqashid Syariah, Lombok Timur.

PENDAHULUAN

Integrasi kearifan lokal dalam ekonomi keberlanjutan semakin diakui sebagai pendekatan strategis yang mampu mendorong pemberdayaan masyarakat berkelanjutan, terutama di negara berkembang seperti Indonesia. Kearifan lokal yang mencakup nilai, tradisi, praktik sosial, dan pengetahuan turun-temurun tidak hanya berfungsi sebagai pedoman hidup, tetapi juga sebagai kerangka etis dan ekonomi yang membentuk perilaku usaha masyarakat. Maharani et al. (2025) menegaskan bahwa kearifan lokal merupakan fondasi pembentukan etika produksi, struktur distribusi, dan hubungan sosial yang memperkuat ekonomi lokal, sejalan dengan pandangan Nasarudin & Ahyuni (2023) yang melihatnya sebagai bagian integral dari budaya nasional yang multietnis. Dalam praktiknya, kearifan lokal terbukti mampu membentuk model pendampingan UMKM yang inklusif dan adaptif, seperti terlihat pada praktik gotong royong dan arisan usaha dalam komunitas agraris (Ramadhan & Marindah, 2021), yang menjadi modal sosial dalam penguatan daya saing UMKM.

Pada saat yang sama, UMKM berbasis budaya semakin menempati posisi penting sebagai pendorong ekonomi masyarakat melalui pemanfaatan motif, teknik, bahan, dan narasi budaya sebagai nilai tambah produk. Penelitian pada UMKM kerajinan ketak di Lombok menunjukkan bahwa meskipun pelaku usaha memiliki kapasitas inovasi, implementasinya sering kali terbatas oleh preferensi pasar yang lebih mengutamakan estetika tradisional dibandingkan inovasi modern (Wongsansukcharoen & Thaweepaiboonwong, 2023). Dalam konteks tersebut, orientasi kewirausahaan terbukti berpengaruh terhadap keunggulan bersaing melalui proaktivitas, inovasi, dan keberanian mengambil risiko (Tajeddini et al., 2023; Abdelfattah et al., 2024), namun penelitian juga menunjukkan bahwa orientasi ini tidak selalu berpengaruh langsung terhadap kinerja UMKM tradisional karena keterbatasan modal, teknologi, dan akses pasar (Oktaviani & Meidiyustiani, 2025). Sebaliknya, keunggulan bersaing melalui kualitas, desain unik, dan efisiensi operasional menjadi faktor yang lebih konsisten menentukan kinerja UMKM (Farida & Setiawan, 2022).

Konsep ekonomi berkelanjutan kemudian menyediakan kerangka pengembangan yang memadukan keberlanjutan ekonomi, sosial, dan budaya melalui dialog budaya, inovasi

kontekstual, dan perluasan akses pasar berbasis teknologi. Maharani et al. (2025) menjelaskan bahwa strategi pendampingan berbasis kearifan lokal dimulai dari dialog kultural, inovasi desain bermotif lokal, hingga pelatihan pemasaran digital, yang terbukti meningkatkan pendapatan masyarakat melalui penguatan identitas produk dan pemanfaatan potensi lokal (Ayustia & Nadapdap, 2023). Lubis et al. (2024) menambahkan bahwa pembentukan klaster berbasis kearifan lokal dapat meningkatkan kohesi kelompok, efisiensi produksi, dan inovasi produk. Namun, berbagai tantangan tetap muncul, seperti minimnya dokumentasi kearifan lokal, kapasitas pendamping yang belum memadai, serta minimnya dukungan kebijakan yang mengarusutamakan kearifan lokal dalam pengembangan UMKM (Maharani et al., 2025).

Dalam konteks penguatan branding UMKM berbasis budaya, hasil penelitian (Maharani et al., 2025) menunjukkan bahwa integrasi kearifan lokal dengan strategi digital memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan daya saing UMKM. Program pelatihan branding berbasis kearifan lokal di Lombok Barat, yang mencakup pengembangan identitas merek, digital storytelling, dan pemasaran online, menghasilkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM, terlihat dari kenaikan skor post-test dari 58,91 menjadi 73,82 (Nursansiwati et al., 2025). Pelaku UMKM melaporkan bahwa storytelling berbasis budaya tidak hanya memperjelas nilai produk, tetapi juga meningkatkan keterikatan emosional konsumen serta memperkuat citra merek. Temuan tersebut menguatkan bukti bahwa digital branding yang memanfaatkan narasi budaya mampu meningkatkan visibilitas, diferensiasi, dan daya tarik produk di pasar digital, sejalan dengan penelitian Tou et al. (2023), Ohorella & Prihantoro (2021), dan Jian et al. (2019).

Lebih lanjut pembahasan mengenai UMKM berbasis budaya perlu ditempatkan dalam kerangka ekonomi Islam. Ekonomi syariah tidak hanya mempersoalkan keuntungan, tetapi juga menekankan etika, keadilan, kejujuran, perlindungan harta, dan kemaslahatan masyarakat. Dalam kajian maqashid syariah, kegiatan ekonomi idealnya menjaga agama (*hifz al-din*), jiwa (*hifz al-nafs*), akal (*hifz al-aql*), keturunan (*hifz al-nasl*), dan harta (*hifz al-mal*) (Rasyid et al., 2025; Azmi et al., 2024). Oleh karena itu, kearifan lokal Sasak seperti gotong royong, kejujuran dalam transaksi, musyawarah, penghormatan terhadap alam, dan solidaritas komunitas dapat dibaca sebagai praktik sosial yang sejalan dengan masalah dan maqashid syariah.

Penguatan perspektif ekonomi syariah juga penting karena pengembangan UMKM saat ini beririsan dengan ekosistem industri halal. Penelitian Adinugraha et al. (2024) menunjukkan bahwa sinergi industri halal, ekonomi digital, dan ekonomi kreatif membuka

peluang bagi UMKM Indonesia, tetapi masih dihadapkan pada tantangan literasi digital, birokrasi sertifikasi halal, dan keterbatasan akses pasar global. Selain itu, Harsanto et al. (2024) menegaskan bahwa kinerja rantai nilai halal UMKM dipengaruhi oleh teknologi digital, riset dan pengembangan, pembiayaan, dan regulasi. Dalam konteks ini, UMKM budaya di Lombok Timur dapat diarahkan tidak hanya sebagai produk kreatif, tetapi juga sebagai bagian dari ekosistem halal yang etis, transparan, dan berkelanjutan.

Berdasarkan berbagai literatur dan laporan sebelumnya di Lombok Timur menunjukkan bahwa potensi kearifan lokal belum sepenuhnya dimanfaatkan oleh UMKM setempat. Daerah seperti Pringgasela, Montong Gading, Sakra Timur, dan Masbagik memiliki tradisi menenun, menganyam ketak, membuat gerabah, serta memproduksi pangan lokal berbasis resep tradisional. Meskipun demikian, sebagian besar pelaku UMKM masih mengandalkan teknik produksi tradisional tanpa integrasi nilai budaya ke dalam strategi branding atau pemasaran. Banyak pelaku usaha belum memahami bahwa cerita budaya misalnya filosofi motif Pringgasela, teknik anyaman ketak khas Lenek, atau simbol adat lokal dapat menjadi daya tarik utama yang meningkatkan nilai jual produk. Kondisi ini menunjukkan bahwa bentuk-bentuk kearifan lokal yang sebenarnya sangat berpotensi mendukung UMKM belum dipetakan dan belum dimanfaatkan secara maksimal.

Lebih jauh, berbagai sumber penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa UMKM di Lombok Timur masih menghadapi kendala dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pemasaran. Hal ini menyebabkan narasi budaya yang seharusnya menjadi keunggulan khas tidak tersampaikan kepada konsumen luas. Adapun integrasinya dengan ekonomi syariah belum banyak dibahas secara sistematis. Dalam konteks inilah muncul kebutuhan untuk menjawab tiga pertanyaan inti penelitian: Apa saja bentuk kearifan lokal yang dapat mendukung UMKM di Lombok Timur? Bagaimana UMKM memanfaatkan kearifan lokal dalam produk dan pemasaran? Apa saja kesesuaian Kearifan Lokal dengan Maqashid Syariah? Bagaimana pemanfaatan nilai budaya tersebut berdampak pada keberlanjutan usaha UMKM dan Strategi Penguatan UMKM berbasis Kearifan Lokal dalam perspektif ekonomi syariah? Rumusan masalah ini menjadi penting mengingat rendahnya pemanfaatan budaya sebagai strategi daya saing di wilayah tersebut.

Sejumlah peneliti telah menegaskan pentingnya aspek ini, seperti Maharani et al. (2025) yang menunjukkan bahwa kearifan lokal merupakan fondasi pembentukan etika produksi, struktur distribusi, dan hubungan sosial yang memperkuat ekonomi lokal. Temuan ini sejalan dengan pandangan Nasarudin & Ahyuni (2023) yang melihat kearifan lokal sebagai

bagian integral dari budaya nasional yang multietnis. Dalam praktiknya, kearifan lokal terbukti mampu membentuk model pendampingan UMKM yang inklusif dan adaptif, sebagaimana ditunjukkan oleh Ramadhan & Marindah (2021) melalui praktik gotong royong dan arisan usaha dalam komunitas agraris yang menjadi modal sosial penguatan UMKM.

Penelitian sebelumnya telah membuktikan bahwa integrasi budaya dalam pengembangan UMKM memiliki dampak signifikan terhadap keberlanjutan usaha. Namun, sebagian besar studi hanya berfokus pada Lombok Barat, Yogyakarta, Bali, atau wilayah lain yang lebih maju dalam sektor pariwisata budaya. Sebaliknya, Lombok Timur yang memiliki kekayaan budaya tidak kalah besar justru belum banyak diteliti secara mendalam, khususnya terkait bagaimana pelaku UMKM memaknai, mengolah, dan mengkomersialisasi kearifan lokal sebagai modal ekonomi. Selain itu, belum ada penelitian yang mengkaji hubungan antara pemetaan kearifan lokal, pemanfaatannya dalam produk dan pemasaran, serta dampaknya pada keberlanjutan UMKM secara sistematis dalam satu kerangka analitis.

Dengan demikian, research gap muncul pada tiga aspek utama: (1) kurangnya pemetaan ilmiah mengenai bentuk-bentuk kearifan lokal spesifik Lombok Timur yang relevan bagi pengembangan UMKM; (2) minimnya penelitian tentang bagaimana pelaku UMKM secara nyata memanfaatkan narasi budaya dalam produk, pemasaran, dan branding; dan (3) terbatasnya kajian mengenai hubungan langsung antara pemanfaatan kearifan lokal dan keberlanjutan ekonomi UMKM dan masalah masyarakat dalam perspektif ekonomi syariah. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk memberikan pemahaman komprehensif dan berbasis bukti mengenai peran kearifan lokal dalam pengembangan UMKM berbasis budaya yang berkelanjutan di Lombok Timur ditinjau dari perspektif ekonomi Syariah.

KAJIAN PUSTAKA

Kearifan Lokal

Kearifan lokal merupakan kumpulan pengetahuan, nilai, dan praktik budaya yang berkembang dalam kehidupan masyarakat serta diwariskan dari generasi ke generasi sebagai pedoman dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Dalam sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), kearifan lokal tidak hanya menjadi simbol identitas budaya, tetapi juga dapat dimanfaatkan sebagai aset strategis untuk menghasilkan produk maupun layanan yang memiliki karakteristik khas, berbeda, dan mampu bersaing di pasar (Sugiyasin, 2025).

Panda.id (2023) menjelaskan bahwa nilai-nilai kearifan lokal seperti semangat gotong royong, kejujuran, dan kepedulian terhadap lingkungan sosial memiliki peran penting dalam

menciptakan hubungan yang positif antara pelaku usaha dan konsumen. Penerapan nilai tersebut mampu memperkuat citra produk serta meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan terhadap merek lokal yang mencerminkan budaya masyarakat.

UMKM

UMKM merupakan salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam mendukung kegiatan ekonomi secara nyata serta berkontribusi terhadap pembangunan nasional, khususnya dalam menciptakan peluang usaha dan membuka lapangan pekerjaan baru (Kustanti, 2022). Definisi mengenai Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki beberapa perbedaan berdasarkan sumber referensinya, baik yang mengacu pada peraturan perundang-undangan maupun data dari Badan Pusat Statistik (BPS). Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Pasal 6, klasifikasi UMKM ditentukan berdasarkan besaran kekayaan bersih dan pendapatan penjualan tahunan. Berikut merupakan kriteria UMKM menurut UU No 20 Tahun 2008:

1. Usaha Mikro: Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha serta memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000.
2. Usaha Kecil: Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.50.000.000 sampai paling banyak Rp.500.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha serta memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000 sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000.
3. Usaha Menengah: Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000 sampai paling banyak Rp.10.000.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha serta memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.2.500.000.000 sampai dengan paling banyak Rp.50.000.000.000.

Ekonomi Berkelanjutan

Konsep ekonomi berkelanjutan dalam konteks Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menekankan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan sesuai dengan prinsip Triple Bottom Line, yaitu *profit*, *people*, dan *planet* (Klarin, 2018). Artinya, UMKM tidak hanya berorientasi pada peningkatan keuntungan, tetapi juga perlu memperhatikan tanggung jawab sosial serta dampak terhadap lingkungan dalam menjalankan kegiatan usahanya. Penerapan ekonomi berkelanjutan pada UMKM dapat dilakukan melalui pengelolaan usaha yang efisien, pemanfaatan sumber daya lokal, pengurangan limbah, serta penguatan hubungan sosial dengan masyarakat. Dengan menerapkan prinsip tersebut,

UMKM dapat meningkatkan daya saing, menciptakan pertumbuhan ekonomi jangka panjang, dan tetap menjaga keberlanjutan lingkungan serta kesejahteraan masyarakat (Solechah & Yogyakarta, 2023).

Ekonomi Halal

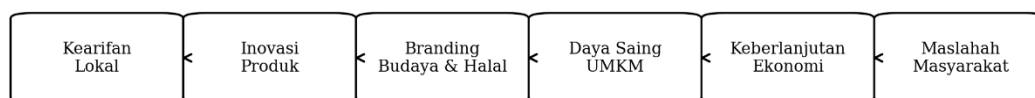
Ekonomi halal menjadi peluang strategis bagi UMKM berbasis budaya, khususnya pada sektor kuliner, fashion, kriya, kosmetik herbal, dan pariwisata ramah muslim. Pemerintah melalui PP Nomor 42 Tahun 2024 menegaskan bahwa produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal, kecuali produk dari bahan yang diharamkan yang wajib diberi keterangan tidak halal (Pemerintah Republik Indonesia, 2024). BPJPH juga menjelaskan bahwa penahapan kewajiban sertifikat halal bagi pelaku usaha mikro dan kecil makanan-minuman berlangsung sampai 17 Oktober 2026 (BPJPH, 2024). Ketentuan tersebut memberikan peluang sekaligus tuntutan bagi UMKM Lombok Timur untuk menata bahan baku, proses produksi, kemasan, dan informasi produk agar sesuai prinsip halal.

Maqashid Syariah (Prinsip Ekonomi Islam)

Ekonomi Islam menempatkan aktivitas bisnis sebagai bagian dari ibadah sosial yang harus menghindari kezaliman, penipuan, eksploitasi, riba, gharar, dan maysir. Prinsip utama yang relevan dengan pengembangan UMKM berbasis budaya adalah *masalah*, *al-adl*, amanah, ukhuwah, dan istislah. Masalah menuntut agar usaha menghasilkan manfaat bagi pelaku usaha, konsumen, dan masyarakat. *Al-adl* menekankan keadilan dalam harga, upah, pembagian hasil, dan akses pasar. Amanah menuntut kejujuran informasi produk, kualitas bahan, serta kepatuhan halal. Ukhuwah mendorong kerja sama antarpelaku usaha, sedangkan istislah mengarahkan aktivitas ekonomi pada keberlanjutan dan perbaikan sosial (Azmi et al., 2024; Primadhany et al., 2025).

Maqashid syariah memberi kerangka normatif agar pengembangan UMKM tidak berhenti pada peningkatan laba. Nilai *hiŕŕh al-mal* tercermin pada perlindungan harta melalui peningkatan pendapatan dan literasi usaha; *hiŕŕh al-nafs* tercermin pada keamanan produk dan proses produksi yang tidak merusak kesehatan; *hiŕŕh al-aql* tercermin pada edukasi, inovasi, dan literasi digital; *hiŕŕh al-nasl* tercermin pada pewarisan keterampilan kepada generasi muda; dan *hiŕŕh al-din* tercermin pada kepatuhan halal dan etika bisnis Islam. Kajian lokal wisdom dan maqashid syariah menunjukkan bahwa nilai gotong royong, pelestarian budaya, dan penghormatan terhadap lingkungan dapat selaras dengan tujuan ekonomi Islam yang menekankan kesejahteraan dan keadilan (Ridha et al., 2024; Rasyid et al., 2025).

Gambar 1. Kerangka Konseptual Pengembangan UMKM Berbasis Kearifan Lokal Perspektif Ekonomi Syariah



Sumber : Diolah Peneliti (2026)

Kerangka konseptual pada Gambar 1 menjelaskan bahwa kearifan lokal menjadi titik awal pembentukan nilai tambah. Kearifan lokal mendorong inovasi produk melalui motif, desain, bahan, dan teknik produksi; inovasi tersebut kemudian diperkuat melalui branding budaya dan halal; branding meningkatkan daya saing UMKM; daya saing yang berkelanjutan berdampak pada peningkatan pendapatan, perlindungan budaya, dan masalah masyarakat. Prinsip ekonomi syariah menjadi pengikat etis agar seluruh proses tetap adil, amanah, dan berorientasi kemanfaatan.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode *Systematic Literature Review* (SLR) dengan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan mensintesis temuan-temuan ilmiah terkait. Pendekatan ini dianggap paling relevan karena kajian literatur memungkinkan peneliti mengompilasi pengetahuan yang luas dan mendalam dari berbagai publikasi ilmiah, sehingga dapat menghasilkan pemahaman komprehensif terhadap fenomena budaya dan ekonomi lokal (Jesson et al., 2022). Studi literatur sangat tepat digunakan untuk menganalisis fenomena sosial yang bersifat kompleks, seperti interaksi antara kearifan lokal dan keberlanjutan ekonomi, tanpa memerlukan pengumpulan data empiris secara langsung dari lapangan (Xiao & Watson, 2019). Dengan demikian, metode ini memberikan dasar konseptual yang kuat untuk menginterpretasikan bagaimana nilai-nilai budaya lokal dapat berkontribusi terhadap penguatan UMKM secara berkelanjutan berdasarkan temuan teoretis dan empiris yang telah dipublikasikan kemudian dikaitkan dengan perspektif ekonomi syariah.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran literatur secara sistematis dengan mengikuti prinsip-prinsip *Systematic Literature Review* (SLR), mencakup tahap identifikasi, seleksi, dan evaluasi kualitas sumber (Kitchenham et al., 2020). Penelusuran literatur dilakukan pada Google Scholar, Garuda/SINTA, DOAJ, portal jurnal nasional, jurnal internasional bereputasi, prosiding ilmiah, serta laporan institusional dan kebijakan pemerintah yang diterbitkan pada periode 2021–2026. Kata kunci yang digunakan meliputi:

"kearifan lokal" atau "*local wisdom*", "UMKM" atau "MSMEs", "Lombok Timur", "Sasak", "branding budaya", "*digital storytelling*", "*halal value chain*", "maqashid syariah", "*Islamic business ethics*", dan "*sustainable economy*". Pemilihan artikel dilakukan berdasarkan kriteria inklusi seperti relevansi topik, konteks kearifan lokal, metodologi penelitian, serta kontribusi terhadap kajian UMKM berbasis budaya dan masalah masyarakat dalam perspektif ekonomi syariah (Paré et al., 2022).

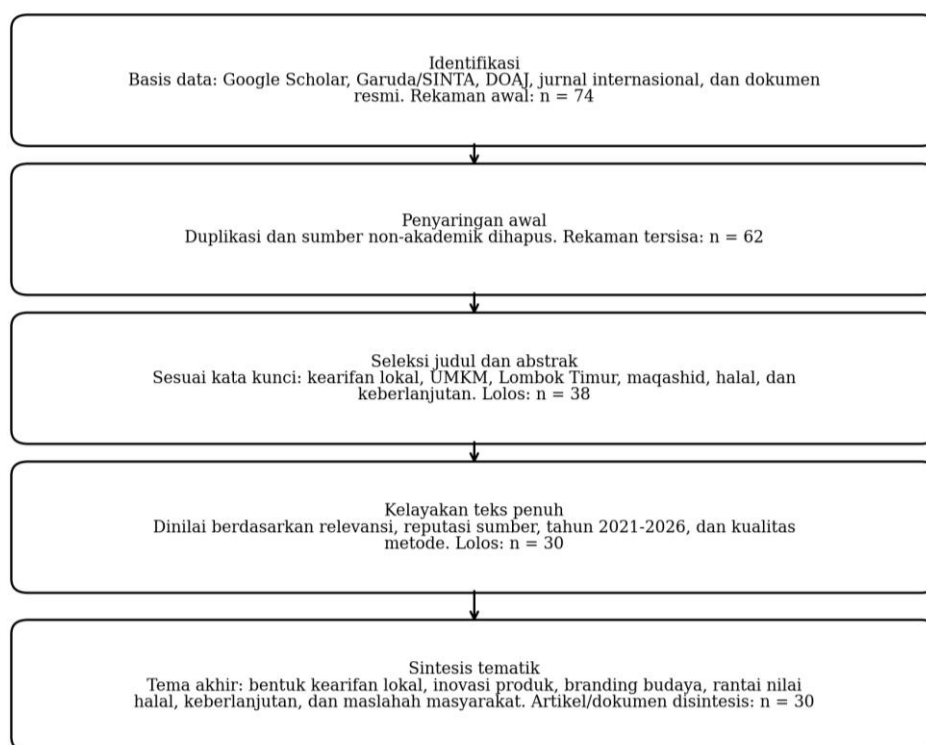
Tabel 1. Kriteria Inklusi dan Eksklusi Literatur

Aspek	Kriteria Inklusi	Kriteria Eksklusi
Tahun terbit	Utamanya 2021-2026; regulasi resmi yang masih berlaku dapat digunakan.	Publikasi lama yang tidak lagi relevan dengan konteks UMKM, halal, digitalisasi, atau keberlanjutan.
Jenis sumber	Jurnal bereputasi/terindeks, prosiding ilmiah selektif, serta laporan institusional dan kebijakan pemerintah	Blog, opini populer, laman komersial, dan sumber tanpa identitas penulis/lembaga yang jelas.
Relevansi topik	Membahas kearifan lokal, UMKM budaya, Lombok/Sasak, ekonomi halal, maqashid syariah, branding, digitalisasi, atau keberlanjutan.	Tidak berhubungan langsung dengan UMKM, budaya lokal, ekonomi syariah, atau keberlanjutan.
Kualitas metode	Memiliki metode penelitian atau argumen konseptual yang jelas serta dapat ditelusuri.	Tidak mencantumkan metode, data, atau dasar argumentasi yang memadai.

Sumber : Diolah Peneliti (2026)

Analisis data dilakukan menggunakan teknik thematic analysis, yaitu metode yang digunakan untuk mengidentifikasi pola, kategori, dan tema utama dalam kumpulan literatur (Braun & Clarke, 2021). Teknik ini dianggap sesuai untuk penelitian kajian literatur karena memungkinkan peneliti menafsirkan hubungan antarkonsep secara sistematis melalui proses pengkodean awal, kategorisasi tema, dan interpretasi teoretis (Nowell et al., 2021). Untuk menjaga integritas ilmiah, keabsahan temuan diperkuat melalui teknik triangulasi literatur, yaitu membandingkan perspektif dari berbagai sumber berbeda untuk menilai konsistensi argumen, kesesuaian teori, serta validitas kesimpulan (Snyder, 2022; Aguinis et al., 2023). Dengan pendekatan analitis tersebut penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara akademis mengenai kontribusi kearifan lokal terhadap keberlanjutan UMKM berbasis budaya. Tahap analisis dilakukan dengan melalui empat langkah. Pertama, membaca dan menandai temuan utama setiap sumber. Kedua, mengelompokkan temuan ke dalam tema: bentuk kearifan lokal, inovasi produk, branding budaya, digitalisasi, rantai nilai halal, dan keberlanjutan. Ketiga, menghubungkan tema dengan prinsip ekonomi syariah, terutama masalah, al-adl, amanah, ukhuwah, istislah, dan maqashid syariah. Keempat, menyusun sintesis konseptual untuk menjawab rumusan masalah.

Gambar 2. Alur Systematic Literature Review (SLR) Berbasis PRISMA



Sumber : Diolah Peneliti (2026)

Gambar 2 menunjukkan alur seleksi literatur. Rekaman awal diperoleh dari basis data akademik dan dokumen resmi, kemudian disaring berdasarkan duplikasi, kualitas sumber, relevansi topik, dan kelayakan teks penuh. Literatur yang lolos dianalisis secara tematik untuk menghasilkan sintesis mengenai peran kearifan lokal dalam pengembangan UMKM berbasis budaya perspektif ekonomi syariah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Bentuk Kearifan Lokal yang Relevan untuk UMKM Lombok Timur dan Pola Adopsinya dalam Produk serta Branding

1. Kearifan Lokal Lombok Timur Berbasis Keterampilan dan Produk (Motif dan Teknik Tenun Tradisional Pringgasela, Lenek, Sukarara Timur)

Motif tenun Lombok Timur seperti *subahnale*, *keker*, dan *empak-empak* memuat simbol budaya yang mencerminkan nilai kesucian, ketekunan, serta harapan hidup masyarakat Sasak. Penelitian menegaskan bahwa motif tersebut tidak hanya memiliki fungsi estetis, tetapi juga berperan sebagai identitas kultural yang memperkuat karakter masyarakat lokal (Azima & Wahyudi, 2025; Mariani et al., 2024). Kain tenun Lombok karenanya menjadi media pewarisan nilai tradisional serta penegasan keunikan budaya daerah, yang turut meningkatkan kesadaran akan pentingnya pelestarian budaya (Saraswati et al., 2023). Selain itu, pemanfaatan pewarna alami dari

bahan lokal seperti daun nila dan kulit kayu menunjukkan komitmen terhadap keberlanjutan sekaligus menjawab preferensi konsumen yang semakin peduli lingkungan (Ovriyadin & Ernawati, 2024). Dari sisi ekonomi, tenun Lombok terbukti mendukung penguatan daya saing UMKM melalui strategi branding yang efektif, pelatihan, dan pemanfaatan pemasaran digital, sehingga dapat meningkatkan posisi tawar dan kinerja pelaku usaha di pasar modern (Fitri & Halik, 2023; Andriani et al., 2023; Novitasari, 2022). Integrasi nilai budaya dengan praktik pemasaran inovatif ini berkontribusi pada penguatan ekonomi masyarakat lokal.

2. Kearifan Lokal Berbasis Tradisi dan Praktik Sosial (Gotong-royong, *Begibung*, dan *Sekehe*)

Tradisi gotong royong, begibung, dan sekehe dalam masyarakat Sasak Lombok Timur berfungsi sebagai norma dan modal sosial yang mendukung keberlanjutan UMKM. Gotong royong mendorong kolaborasi produksi, efisiensi kerja, serta transfer pengetahuan antargenerasi, sehingga meningkatkan daya saing perajin (Bahtiar et al., 2023; Zulham et al., 2023). Begibung memperkuat komunikasi informal dan kepercayaan antarperajin, yang berkontribusi pada solidaritas dan iklim kerja produktif (Marhayati, 2021; Zulham et al., 2023). Sementara itu, sekehe berperan sebagai struktur organisasi yang mengoordinasikan pembagian tugas, pengadaan bahan, dan posisi tawar dalam pemasaran, sehingga meningkatkan kemampuan kolektif untuk menghadapi dinamika pasar (Arman et al., 2023; Adit & Qibthiyyah, 2022). Secara keseluruhan, ketiga tradisi ini memperkuat jejaring sosial dan ketahanan ekonomi lokal, yang menjadi faktor penting dalam keberhasilan UMKM menghadapi keterbatasan teknologi dan akses pasar (Arman et al., 2023; Hidayah et al., 2024). Dalam perspektif ekonomi syariah, nilai ini sejalan dengan ukhuwah ekonomi dan taawun, yaitu kerja sama untuk saling menguatkan, bukan persaingan yang merugikan. Ridha et al. (2024) menegaskan bahwa local wisdom dapat menjadi modal sosial yang menumbuhkan kepercayaan dan tindakan kolektif dalam praktik ekonomi Islam berbasis komunitas.

3. Kearifan Lokal Berbasis Lingkungan (Pemanfaatan Bahan Lokal)

Pemanfaatan bahan lokal seperti ketak, bambu, tanah liat, dan pangan daerah oleh UMKM di Lombok Timur terbukti meningkatkan nilai tambah produk sekaligus memperkuat karakteristik budaya lokal. Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan ketak dalam kerajinan anyaman menjadi faktor penting bagi identitas budaya dan

keberlanjutan ekonomi, sebagaimana terlihat dalam program pemberdayaan pengrajin ketak di Desa Karang Bayan yang berhasil meningkatkan produktivitas dan kemandirian pelaku usaha (Ahyat et al., 2020). Pada sektor gerabah, pemanfaatan tanah liat—khususnya di Masbagik—juga berperan signifikan dalam menghidupkan ekonomi lokal dan meningkatkan daya saing produk handmade, didukung oleh temuan mengenai inovasi teknik yang mampu meningkatkan kualitas dan minat konsumen (Citarsa et al., 2022; Hadiwijaya et al., 2022). Secara keseluruhan, penggunaan bahan lokal tidak hanya memperkuat nilai budaya, tetapi juga menjadi strategi penting dalam meningkatkan ketahanan dan daya saing UMKM menghadapi persaingan pasar global (Marheni, 2022). Selain itu, pemanfaatan bahan lokal tetap memerlukan standar kualitas, pencatatan bahan, dan proses produksi yang aman agar kompatibel dengan prinsip halal value chain (Harsanto et al., 2024).

B. Cara UMKM Mengadopsi Kearifan Lokal dalam Produk, *Branding* dan Rantai Nilai Halal

1. Integrasi Motif dan Narasi Budaya dalam Desain Produk

UMKM tenun dan anyaman ketak di Lombok Timur memanfaatkan motif lokal sebagai diferensiasi visual, sementara narasi budaya pada kemasan dan katalog digital memperkuat koneksi emosional, persepsi nilai, dan kepercayaan konsumen. Elemen budaya dalam desain dinilai efektif membangun identitas produk yang khas (Kaldianus et al., 2023) dan meningkatkan *engagement* melalui storytelling berbasis tradisi (Chusnaini & Rasyid, 2022). UMKM memanfaatkan media sosial untuk menampilkan proses menenun, sejarah motif, dan narasi budaya sebagai strategi pemasaran digital. Pendekatan ini meningkatkan persepsi keamanan dan kepercayaan konsumen dalam transaksi online (Haryanto, 2022) serta memperkuat *engagement* melalui narasi budaya yang konsisten (Chusnaini & Rasyid, 2022).

2. Penciptaan Identitas Merek Berbasis Budaya (*Cultural Branding*)

Penggunaan bahasa Sasak, warna khas Lombok, dan simbol budaya dalam penamaan maupun estetika merek memperkuat daya tarik pasar, baik lokal maupun global. *Branding* berbasis budaya terbukti meningkatkan daya tarik pariwisata dan *e-commerce* (Fabanyo et al., 2023; Chusnaini & Rasyid, 2022) serta mendorong loyalitas dan minat beli ulang konsumen (Prayoga & Ginting, 2024). Kajian Nursansiwati et al. (2025) menunjukkan bahwa pelatihan identitas merek, narasi produk, dan storytelling digital berbasis budaya meningkatkan pemahaman pelaku UMKM

mengenai branding. Dengan demikian, UMKM Lombok Timur perlu mengembangkan kemasan, katalog digital, *QR story*, dan konten media sosial yang menjelaskan nilai budaya serta proses produksi secara jujur.

Dalam perspektif ekonomi syariah, branding budaya perlu dipadukan dengan halal branding. Halal branding tidak hanya relevan untuk makanan dan minuman, tetapi juga dapat diperluas pada produk kriya, fashion, kosmetik herbal, dan wisata budaya ramah muslim. Halal dalam konteks ini mencakup kejelasan bahan, kebersihan proses, kejujuran informasi, tidak menipu konsumen, dan kepatuhan terhadap regulasi.

3. Rantai Nilai Halal

Rantai nilai halal juga menjadi sarana peningkatan daya saing. Harsanto et al. (2024) menjelaskan bahwa teknologi digital, R&D, pembiayaan, dan regulasi merupakan faktor penting dalam kinerja halal value chain UMKM. Implikasinya, UMKM budaya perlu memperkuat pencatatan bahan baku, standar produksi, label, sertifikasi, dokumentasi pemasok, dan kanal pemasaran digital. Adinugraha et al. (2024) juga menekankan bahwa sinergi industri halal, ekonomi digital, dan ekonomi kreatif dapat memperbesar peluang UMKM, tetapi perlu didukung literasi digital dan kebijakan lintas sektor.

C. Kesesuaian Kearifan Lokal dengan Maqashid Syariah

Tabel 2. Kesesuaian Kearifan Lokal, Prinsip Ekonomi Syariah, dan Maqashid Syariah

Kearifan Lokal	Prinsip Ekonomi Syariah	Keterkaitan Maqashid Syariah	Implikasi bagi UMKM
Gotong royong, musyawarah, dan kerja kolektif	Ukhuwah, taawun, al-adl	<i>Hifẓ al-mal</i> dan <i>hifẓ al-nafs</i> melalui penguatan penghidupan dan solidaritas sosial.	Pembentukan kelompok usaha, koperasi syariah, dan klaster produksi berbasis komunitas.
Kejujuran informasi bahan, kualitas, dan proses produksi	Amanah, shiddiq, larangan gharar	<i>Hifẓ al-din</i> dan <i>hifẓ al-mal</i> karena melindungi konsumen serta menjaga etika transaksi.	Label yang jelas, sertifikasi halal, standar mutu, dan transparansi harga.
Pewarisan teknik tenun, gerabah, dan kriya lokal	Istislah dan masalah	<i>Hifẓ al-aql</i> dan <i>hifẓ al-nasl</i> melalui edukasi, regenerasi, dan pelestarian pengetahuan.	Pelatihan generasi muda, kurikulum kriya lokal, dan inkubasi UMKM budaya.
Pemanfaatan bahan lokal secara bertanggung jawab	Khalifah, istislah, tidak merusak	<i>Hifẓ al-nafs</i> dan <i>hifẓ al-mal</i> melalui lingkungan sehat dan keberlanjutan sumber daya.	Standar bahan baku, produksi ramah lingkungan, dan pengelolaan limbah.

Branding budaya dan narasi lokal	Masalah, amanah, al-adl	<i>Hifzh al-mal</i> melalui peningkatan nilai tambah dan perlindungan aset budaya.	<i>Digital storytelling, QR story</i> , hak merek, dan promosi wisata budaya halal.
----------------------------------	-------------------------	--	---

Sumber : Diolah Peneliti (2026)

Tabel 2 menunjukkan bahwa kearifan lokal Lombok Timur dapat dipahami sebagai nilai ekonomi yang sejalan dengan maqashid syariah. Gotong royong tidak hanya menjadi tradisi sosial, tetapi juga mekanisme penguatan usaha kolektif. Kejujuran dalam menjelaskan bahan dan proses produksi merupakan bentuk amanah. Pewarisan keterampilan tradisional mendukung perlindungan akal dan keturunan karena menjaga pengetahuan lintas generasi. Pemanfaatan bahan lokal yang bertanggung jawab mendukung keberlanjutan lingkungan. Sementara itu, branding budaya memperkuat perlindungan harta karena menaikkan nilai tambah dan daya tawar produk.

Kesesuaian ini menunjukkan bahwa pengembangan UMKM berbasis budaya tidak bertentangan dengan ekonomi syariah selama dilakukan dengan etika, transparansi, dan orientasi kemaslahatan. Bahkan, kearifan lokal dapat menjadi pintu masuk untuk membumikan ekonomi Islam pada level komunitas. Hal ini sejalan dengan Ridha et al. (2024), yang menilai bahwa *local wisdom* berperan penting dalam membentuk praktik ekonomi Islam berbasis komunitas, dan Rasyid et al. (2025), yang menemukan bahwa nilai lokal seperti gotong royong, penghormatan pada alam, dan pelestarian budaya dapat selaras dengan maqashid syariah.

D. Manfaat Kearifan Lokal terhadap Keberlanjutan Usaha dan Ekonomi Lokal

1. Keberlanjutan Ekonomi: Diferensiasi dan Daya Saing

Kearifan lokal memberikan kontribusi penting terhadap keunggulan kompetitif UMKM melalui diferensiasi produk yang unik dan sulit ditiru. Penerapan nilai budaya terbukti meningkatkan kemampuan bersaing UMKM di pasar global (Lubis et al., 2024) serta memperkuat ketahanan usaha dalam menghadapi krisis, terutama melalui inovasi produk berbasis kebutuhan konsumen (Hardilawati, 2020). Produk yang memiliki cerita budaya dan identitas daerah cenderung lebih mudah dibedakan di pasar digital. Pemanfaatan e-commerce dan promosi digital mampu memperluas akses pasar UMKM serta meningkatkan visibilitas produk lokal (Zaidiah et al., 2023; Yunisvita et al., 2023). Dalam konteks ekonomi syariah, peningkatan pendapatan yang diperoleh melalui transaksi yang jujur dan halal merupakan bagian dari *hifzh al-mal* karena melindungi harta pelaku usaha sekaligus memberikan manfaat bagi konsumen.

2. Keberlanjutan Sosial: Pelestarian Pengetahuan dan Pemberdayaan Komunitas

Dalam dimensi sosial, praktik kearifan lokal seperti teknik tenun dan anyaman berperan dalam menjaga kesinambungan pengetahuan antargenerasi. Program pemberdayaan perempuan berbasis komunitas meningkatkan kohesi sosial dan partisipasi pengrajin (Yuanty et al., 2023), sementara pendampingan UMKM berkontribusi pada peningkatan kapasitas, inovasi, dan keberlanjutan sosial komunitas (Pratama & Takarini, 2023).

3. Keberlanjutan Budaya dan Lingkungan

Kearifan lokal juga mendukung keberlanjutan budaya sekaligus lingkungan melalui penggunaan bahan alami dan praktik produksi ramah lingkungan. Pendampingan pendaftaran merek membantu pelaku UMKM menjaga warisan budaya sambil mendorong adopsi prinsip ekonomi hijau (Amaliyah et al., 2022). Selain itu, penerapan jaminan produk halal meningkatkan daya saing dan mengarahkan UMKM pada proses produksi yang lebih berkelanjutan (Munawar et al., 2023).

E. Dampak Pengembangan UMKM Berbasis Budaya dan Strategi Penguatan UMKM Berbasis Kearifan Lokal Perspektif Ekonomi Syariah

1. Dampak Pengembangan UMKM Berbasis Budaya

a. Peningkatan Pendapatan, Akses Pasar, dan Penguatan *Branding Digital*

Pemanfaatan elemen budaya dalam strategi branding UMKM terbukti meningkatkan permintaan pasar, terutama pada sektor pariwisata dan *platform digital*. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa adopsi *e-commerce* serta pemasaran digital mampu memperluas akses pasar dan meningkatkan pendapatan pelaku UMKM (Sugiarto & Widyatmoko, 2022; Zaidiah et al., 2023; Yunisvita et al., 2023). Selain meningkatkan visibilitas produk, pendekatan branding berbasis budaya juga memperkuat kompetensi digital pengrajin, sehingga UMKM lebih adaptif dalam memaksimalkan peluang pasar daring (Yunisvita et al., 2023). Temuan ini mempertegas pentingnya pemanfaatan platform digital untuk memperluas jangkauan produk kerajinan lokal dan meningkatkan daya saing UMKM budaya (Zaidiah et al., 2023).

b. Penguatan Identitas Daerah dan Ekosistem Ekonomi Kreatif Berbasis Budaya

Pengembangan UMKM yang mengintegrasikan nilai budaya berperan strategis dalam memperkuat identitas daerah serta membangun ekosistem ekonomi kreatif.

Produk seperti Tenun Pringgasela dan anyaman ketak Lenek menjadi simbol ekonomi kreatif Lombok Timur dan memperkuat citra daerah di tingkat regional maupun nasional (Mukti, 2025; Pujiati et al., 2022). Selain itu, kegiatan budaya seperti festival daerah berkontribusi pada peningkatan kunjungan wisatawan, yang secara tidak langsung memperluas pengenalan identitas budaya lokal dalam sektor pariwisata (Arum et al., 2025). Dengan demikian, UMKM berbasis budaya tidak hanya memberikan manfaat ekonomi tetapi juga memperkuat narasi identitas lokal sebagai bagian dari strategi pembangunan daerah.

c. Pemberdayaan Perempuan dan Pelestarian Warisan Budaya

UMKM berbasis kerajinan yang banyak dikelola perempuan memberikan kontribusi signifikan bagi peningkatan kemandirian ekonomi rumah tangga. Program pelatihan dan pendampingan bagi perempuan pengrajin terbukti meningkatkan keterampilan, memperluas jejaring pemasaran, dan mendorong partisipasi aktif perempuan dalam ekonomi kreatif lokal (Nugraha & Utami, 2021; Saleh et al., 2018; Susanto & Huda, 2024). Selain pemberdayaan ekonomi, produksi berbasis budaya menjadi sarana penting dalam pelestarian warisan budaya melalui keterlibatan generasi muda dalam proses pembelajaran teknik tradisional (Asadi, 2025; Hidayati & Afifah, 2023). Pelibatan aktif komunitas dan kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, serta masyarakat lokal menjadi faktor kunci dalam keberlanjutan upaya pelestarian budaya sekaligus pengembangan ekonomi kreatif (Baharuddin et al., 2024; Azni et al., 2021).

2. Strategi Penguatan UMKM Berbasis Kearifan Lokal di Lombok Timur

a. Pemetaan Kearifan Lokal Berbasis Desa

Tahap awal pengembangan UMKM berbasis budaya pemerintah daerah bersama perguruan tinggi dan komunitas memerlukan proses pemetaan yang sistematis terhadap berbagai unsur kearifan lokal, mulai dari motif tenun, teknik anyaman, jenis bahan alam, hingga nilai filosofi yang melekat dalam tradisi masyarakat. Proses ini idealnya dilengkapi dengan dokumentasi digital, seperti foto produk, katalog daring, hingga *QR Story* yang memuat narasi budaya secara ringkas, serta kebutuhan sertifikasi halal. Digitalisasi tidak hanya berfungsi sebagai sarana arsip, tetapi juga sebagai media promosi yang mampu memperluas visibilitas potensi budaya desa. Budiman (2025) menegaskan bahwa digitalisasi produk UMKM berkontribusi signifikan dalam meningkatkan jangkauan pasar serta memperkuat

pemahaman publik terhadap kekayaan lokal.

b. Penguatan Kapasitas Pelaku UMKM

Pengembangan kapasitas pelaku UMKM perlu diarahkan pada keterampilan narasi digital, desain produk berbasis budaya, pemanfaatan media sosial, dan inovasi dalam kemasan. Pelatihan yang terstruktur membantu pelaku usaha memahami cara mempresentasikan identitas budaya ke dalam strategi pemasaran modern. Pelatihan ini perlu memasukkan etika bisnis Islam, seperti kejujuran informasi, tidak melebih-lebihkan klaim, dan transparansi harga. Riwayani (2025) menunjukkan bahwa pendampingan yang intensif dapat meningkatkan kompetensi pelaku UMKM, terutama dalam merumuskan strategi pemasaran digital yang adaptif terhadap dinamika pasar. Dengan kapasitas digital yang kuat, pelaku UMKM lebih siap menghadapi tuntutan persaingan ekonomi kreatif.

c. Pengembangan Klaster UMKM Berbasis Budaya Syariah

Pembentukan klaster usaha menjadi strategi penting dalam memperkuat ekosistem ekonomi kreatif berbasis budaya. Klaster memungkinkan terjadinya konsolidasi antar-perajin, pembagian keahlian, efisiensi rantai produksi, serta peningkatan inovasi desain melalui kolaborasi. Selain itu, keberadaan klaster mempermudah standarisasi kualitas, efisiensi produksi, pemasaran bersama, dan negosiasi harga yang lebih adil. Dalam prinsip ukhuwah ekonomi, klaster tidak hanya berfungsi sebagai jejaring bisnis, tetapi juga wadah saling belajar dan saling menguatkan. Harrison et al. (2023) menekankan bahwa klaster dapat meningkatkan kapabilitas kolektif UMKM dan memperkuat posisi mereka di pasar domestik maupun internasional.

d. Fasilitas dan Legalitas Usaha

Seluruh UMKM baik kuliner dan produk konsumsi perlu didampingi untuk mengakses layanan sertifikasi halal, Nomor Induk Berusaha (NIB), PIRT, dan izin edar yang relevan. Bagi produk kriya dan fashion, penguatan legalitas dapat diarahkan pada merek, hak kekayaan intelektual, standar mutu, dan informasi bahan. Upaya ini sejalan dengan pengembangan ekosistem halal nasional sebagaimana ditekankan dalam Masterplan Industri Halal Indonesia 2023-2029 (KNEKS, 2024).

e. Kolaborasi Multipihak (Pemerintah, Komunitas, Akademisi dan *Marketplace*, Lembaga Ekonomi Syariah)

Kolaborasi multipihak merupakan fondasi penting dalam memperkuat literasi digital, kapasitas manajerial, dan akses pasar UMKM berbasis budaya. Pemerintah berperan menyediakan kebijakan pendukung; komunitas menjaga nilai budaya; akademisi memberikan riset dan pendampingan; sementara marketplace memperluas akses pasar nasional dan global, lembaga ekonomi syariah menyediakan pembiayaan dan literasi keuangan, sedangkan BPJPH dan pendamping halal membantu pemenuhan regulasi. Kolaborasi ini diperlukan agar pengembangan UMKM berbasis budaya tidak hanya meningkatkan pendapatan, tetapi juga melahirkan ekosistem ekonomi lokal yang halal, adil, dan berkelanjutan. Menurut temuan Siregar et al. (2023), keberhasilan pemasaran UMKM sangat dipengaruhi oleh dukungan teknologi dan kerja sama lintas sektoral, yang memungkinkan UMKM lebih siap mengadopsi strategi penjualan digital dan memperluas jaringan pemasaran.

f. Pembentukan Identitas Merek Daerah (*Regional Cultural Branding*)

Pengembangan identitas merek daerah, dapat menjadi strategi branding yang efektif untuk memperkuat posisi produk kerajinan lokal. Identitas ini harus dikembangkan melalui proses kurasi produk unggulan yang benar-benar mencerminkan karakter budaya setempat. Yuliandari et al. (2024) menunjukkan bahwa strategi branding yang konsisten dan didukung narasi budaya yang kuat memiliki dampak signifikan terhadap peningkatan daya saing produk UMKM. Selain meningkatkan pengakuan publik, model branding ini dapat direplikasi oleh pelaku usaha lain untuk menciptakan ekosistem brand daerah yang terpadu.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kearifan lokal Lombok Timur, seperti tenun Pringgasela, gerabah Masbagik, kerajinan berbahan ketak, gotong royong, musyawarah, dan pemanfaatan bahan lokal, memiliki peran penting dalam pengembangan UMKM berbasis budaya. Kearifan lokal berfungsi sebagai modal budaya, modal sosial, dan sumber inovasi produk yang dapat memperkuat identitas, diferensiasi, serta daya saing UMKM. Dalam perspektif ekonomi syariah, nilai-nilai tersebut sejalan dengan *maslahah*, *al-adl*, *amanah*, *ukhrawah*, *istislah*, dan *maqashid syariah*.

Kontribusi teoretis penelitian ini adalah penyusunan kerangka konseptual yang menghubungkan kearifan lokal, inovasi produk, branding budaya dan halal, daya saing UMKM, keberlanjutan ekonomi, dan masalah masyarakat. Kerangka tersebut memperluas

kajian UMKM berbasis budaya dengan memasukkan perspektif ekonomi syariah, khususnya maqashid syariah dan halal value chain. Dengan demikian, UMKM budaya tidak hanya dipahami sebagai bagian dari ekonomi kreatif, tetapi juga sebagai bagian dari ekosistem ekonomi halal yang etis dan berkelanjutan.

Implikasi praktis penelitian ini adalah perlunya pemetaan kearifan lokal berbasis desa, penguatan literasi digital dan storytelling budaya, pendampingan sertifikasi halal, penguatan legalitas usaha dan merek, pembentukan klaster UMKM budaya syariah, serta kolaborasi pemerintah, komunitas, akademisi, marketplace, dan lembaga ekonomi syariah. Pemerintah daerah dapat menggunakan hasil kajian ini sebagai dasar program pemberdayaan UMKM yang lebih terarah; pelaku UMKM dapat mengembangkan strategi branding budaya dan halal; sedangkan lembaga ekonomi syariah dapat berperan dalam pembiayaan, pendampingan, dan edukasi bisnis halal.

Rekomendasi penelitian lanjutan adalah melakukan studi empiris melalui wawancara, observasi, dan survei pada pelaku UMKM di desa-desa sentra budaya Lombok Timur. Penelitian lanjutan juga dapat menguji secara kuantitatif pengaruh kearifan lokal, inovasi produk, digital branding, dan sertifikasi halal terhadap kinerja UMKM serta kesejahteraan masyarakat. Dengan demikian, temuan SLR ini dapat diperkuat oleh bukti lapangan yang lebih kontekstual dan terukur.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdelfattah, F., Ahmed, V., & Khalid, M. (2024). *Entrepreneurial orientation and competitive advantage in small enterprises: Evidence from developing markets*. *Journal of Small Business Strategy*, 34(1), 55–72.
- Adit and Qibthiyyah "Dampak Belanja Desa dan Modal Sosial terhadap Industri Perdesaan" Indonesian treasury review jurnal perbendaharaan keuangan negara dan kebijakan publik (2022) doi:10.33105/itrev.v7i2.427
- Adinugraha, H. H., Fikri, M. K., & Andrean, R. (2024). Halal industry, digital economy, and creative economy: Challenges and opportunities for MSMEs in Indonesia. *Journal of Islamic Economics, Management, and Business (JIEMB)*, 6(2), 155-182. <https://doi.org/10.21580/jiemb.2024.6.2.23588>
- Aguinis, H., Ramani, R. S., Alabduljader, N., & Bailey, J. R. (2023). *Best-practice recommendations for conducting literature reviews in management research*. *Organizational Research Methods*, 26(1), 44–74.
- AHYAT, M., Nurkholis, L., & Afriwan, O. (2020). Pemberdayaan ekonomi kreatif pengrajin ketak khas lombok di desa karang bayan. *Sasambo Jurnal Abdimas (Journal of Community Service)*, 2(3), 109-115. <https://doi.org/10.36312/sasambo.v2i3.247>

- Amaliyah, A., Achmad, A., Nadjmi, N., Sari, N., & Darwis, D. (2022). Pendampingan pendaftaran merek bagi umkm sebagai upaya peningkatan daya saing produk. *Abdimas Galuh*, 4(2), 1333. <https://doi.org/10.25157/ag.v4i2.8545>
- Andriani, S., Fietroh, M., & Oktapiani, S. (2023). Peningkatan nilai umkm melalui branding produk. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 7(4), 3399. <https://doi.org/10.31764/jmm.v7i4.15902>
- Arman et al. "Ketahanan Ekonomi Nasional Masa dan Pasca Covid-19 Melalui Penguatan UMKM Indonesia" *E-journal ekonomi bisnis dan akuntansi* (2023) doi:10.19184/ejeba.v10i2.43344
- Arum, D., Rahmawati, L., Puspitasari, A., Rahayu, E., Yuliamir, H., Putri, J., ... & Aprilliyani, R. (2025). Nusantara dalam harmoni: festival folklore kota lama sebagai perayaan budaya dan ekonomi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(11), 4966-4971. <https://doi.org/10.59837/jpmmba.v2i11.1900>
- Asadi, S. (2025). Pelatihan kriya anyaman tradisional untuk melestarikan budaya lokal dan meningkatkan pendapatan. *Swarna Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(5), 870-875. <https://doi.org/10.55681/swarna.v4i5.1737>
- Ayustia, I. K., & Nadapdap, P. (2023). *Pelatihan pemasaran digital berbasis budaya lokal untuk peningkatan kapasitas UMKM. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 112–123.
- Azima, A. and Wahyudi, M. (2025). Etnomatematika: eksplorasi pola geometris dalam motif kain tenun sasak. *edupedika*, 4(2), 71-83. <https://doi.org/10.60004/edupedika.v4i1.190>
- Azmi, N., Hamzah, I., & Lousada, S. A. N. (2024). Maqasid al-Shariah: Foundation for sustainable sharia economic development. *Al-Tijarah: Journal of Islamic Economics, Finance and Business*, 1(1), 1-12.
- Azni, U., Alfitri, A., Yunindyawati, Y., & Riswani, R. (2021). Dampak pandemi covid-19 pada komunitas pengrajin purun (*eleocharis dulcis*) di kabupaten ogan komering ilir, provinsi sumatera selatan, indonesia. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 10(2). <https://doi.org/10.20961/jas.v10i2.50433>
- Baharuddin, M., Seriyanti, S., Hidayat, W., & Anshori, F. (2024). Pengembangan produk inovatif desa onondowa berbasis teknologi melalui pdb sentra kain kulit kayu. *Madaniya*, 5(1), 102-111. <https://doi.org/10.53696/27214834.761>
- Bahtiar et al. "Pemulihan Usaha UMKM Pasca Gempa Cianjur: Analisis Strategi dan Modal Sosial" *Jurnal minfo polgan* (2023) doi:10.33395/jmp.v12i2.13240
- Braun, V., & Clarke, V. (2021). *Thematic analysis: A practical guide* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Budiman, A. (2025). Optimalisasi produk umkm melalui pendampingan pemasaran digital dan branding lokal di desa patala, kecamatan cilebak, kabupaten kuningan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 3(4), 3919-3925. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v3i4.757>
- Chusnaini and Rasyid "Social Media Marketing: Social Media Content, Brand Image, Brand Awareness And Purchase Intention" *Accounting and Management Journal* (2022) doi:10.33086/amj.v6i2.3028.
- Citarsa, I., Supriono, S., Suksmadana, I., Wiryajati, I., Warindi, W., & Satiawan, I. (2022). Pemanfaatan mesin pemutar gerabah untuk mendukung peningkatan produksi

- gerabah di desa banyumulek. *Jurnal Abdi Insani*, 9(2), 373-380. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v9i2.468>
- Fabanyo et al. "Pengaruh Kualitas Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Word Of Mouth (Studi Kasus Rumah Tenun Puta Dino Tidore" *Jurnal Manajemen Sinergi* (2023) doi:10.33387/jms.v11i2.7327.
- Farida, N., & Setiawan, A. (2022). *Pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja UMKM berbasis kerajinan tradisional. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 24(3), 177–188.
- Fitri, F. and Halik, R. (2023). Peran digital marketing dan inovasi produk terhadap kinerja bisnis yang berkelanjutan pada usaha mikro dan kecil agribisnis di polewali mandar. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 12(3), 556-563. <https://doi.org/10.23887/jish.v12i3.67832>
- Hadiwijaya, H., Prasetya, D., & Syahrul, Y. (2022). Perbaikan manajemen usaha dan peningkatan kualitas produk pada pengrajin gerabah di kabupaten banyuasin. *Abdimas Mandalika*, 2(1), 58. <https://doi.org/10.31764/am.v2i1.10187>
- Hardilawati, W. (2020). Strategi bertahan umkm di tengah pandemi covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 10(1), 89-98. <https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>
- Harrison, A., Andriano, S., & Suwandhi, A. (2023). Pemasaran relasional bagi masyarakat di desa rembitan dan pemenang barat, lombok-nusa tenggara barat. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 5(3). <https://doi.org/10.24912/jbmi.v5i3.20450>
- Harsanto, B., Pradana, M., Firmansyah, E. A., Apriliadi, A., & Farras, J. I. (2024). Sustainable halal value chain performance for MSMEs: The roles of digital technology, R&D, financing, and regulation as antecedents. *Cogent Business & Management*, 11(1), Article 2397071. <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2397071>
- Haryanto "Analisis Persepsi Konsumen terhadap Minat Beli Online" *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan* (2022) doi:10.24912/jmbk.v6i1.16342.
- Hidayah et al. "Pemberdayaan Masyarakat dalam Meningkatkan Ekonomi Lokal Melalui Produksi Kain Tenun di Kampung Tenun Khatulistiwa" *Sosietas* (2024) doi:10.17509/sosietas.v13i2.64983
- Hidayati, S. and Afifah, Z. (2023). Analisis aspek emotional dan spiritual capital terhadap peningkatan produktivitas kerja pengrajin desa wisata keris. *Journal of Management and Bussines (Jomb)*, 5(2), 1733-1743. <https://doi.org/10.31539/jomb.v5i2.8259>
- Jesson, J., Matheson, L., & Lacey, F. M. (2022). *Doing your literature review: Traditional and systematic techniques* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Jian, M., Xu, L., & Zhang, Y. (2019). *Cultural branding and consumer engagement in digital marketplaces. International Journal of Cultural Studies*, 22(5), 733–748.
- Kaldianus et al. "Implementasi Nilai-Nilai Kearifan Lokal dalam Pembelajaran Sejarah di Madrasah Aliyah Tahfizhil Quran" *Islamic Education* (2023) doi:10.57251/ie.v3i1.1006.
- Kitchenham, B., Brereton, P., & Budgen, D. (2020). *Evidence-based software engineering and systematic literature reviews* (2nd ed.). CRC Press.
- Klarin, T. (2018). The Concept of Sustainable Development: From its Beginning to the Contemporary Issues. *Zagreb International Review of Economics and Business*, 21(1), 67–94. <https://doi.org/10.2478/zireb-2018-0005>
- Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah. (2024). Masterplan Industri Halal Indonesia 2023-2029. KNEKS.

- Kustanti, R. (2022). Pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kabupaten Jepara. *Jurnal Ekobistek*, 11(3), 246–251. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v11i3.366>
- Lubis, R., Arfani, S., & Pratama, M. (2024). *Penguatan klaster UMKM berbasis kearifan lokal sebagai strategi peningkatan daya saing*. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 32(1), 91–104.
- Lubis, T., Firmansyah, F., Mukhzarudfa, M., Utama, A., Sari, N., & Ningsih, M. (2024). Transformasi umkm jambi: strategi memanfaatkan kearifan lokal untuk daya saing global. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 13(01), 296-303. <https://doi.org/10.22437/jmk.v13i01.31962>
- Maharani, L., Firdaus, A., & Rahman, T. (2025). *Kearifan lokal sebagai basis pengembangan UMKM berkelanjutan di Indonesia*. *Jurnal Pemberdayaan Ekonomi*, 7(1), 1–15.
- Marhayati "Internalisasi Budaya Gotong Royong Sebagai Identitas Nasional" *Jurnal pemikiran sosiologi* (2021) doi:10.22146/jps.v8i1.68407
- Marheni, M. (2022). Analisis pemberdayaan usaha mikro, kecil, dan menengah (umkm) terhadap peningkatan ekspor di masa pandemi covid-19. *Jurnal Ilmiah Muqoddimah Jurnal Ilmu Sosial Politik Dan Hummaniora*, 6(2), 544. <https://doi.org/10.31604/jim.v6i2.2022.544-551>
- Mariani, M., Akbar, M., Ihsani, B., & Candra, C. (2024). Pembelajaran kultural melalui motif kain songket: analisis terhadap karakteristik masyarakat suku sasak. *Jiip - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(6), 5764-5773. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i6.4542>
- Mukti, M. (2025). Peran seni kriya dalam mendukung pariwisata berbasis budaya di desa penglipuran, bali. *Hastagina: Jurnal Kriya dan Industri Kreatif*, 5(02), 134-145. <https://doi.org/10.59997/hastagina.v5i02.5623>
- Munawar, M., Rohmah, M., Rahmadi, A., Marwati, M., & Rachmawati, M. (2023). Penerapan sistem jaminan produk halal pada umkm untuk meningkatkan daya saing produk. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (Jp2m)*, 4(1), 165-176. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v4i1.19996>
- Nasarudin, M., & Ahyuni, Y. (2023). *Kearifan lokal dalam budaya nasional multietnis Indonesia*. *Jurnal Antropologi Indonesia*, 44(2), 176–190.
- Novitasari, A. (2022). Kontribusi umkm terhadap pertumbuhan ekonomi era digitalisasi melalui peran pemerintah. *Jabe (Journal of Applied Business and Economic)*, 9(2), 184. <https://doi.org/10.30998/jabe.v9i2.13703>
- Nowell, L. S., Norris, J. M., White, D. E., & Moules, N. J. (2021). *Thematic analysis: Striving to meet the trustworthiness criteria*. *International Journal of Qualitative Methods*, 20, 1–13.
- Nugraha, Y. and Utami, S. (2021). Pemberdayaan pengrajin tenun ikat melalui inovasi masker tenun sebagai upaya meningkatkan pendapatan di masa pandemi covid-19. *Abdi Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(2), 157-165. <https://doi.org/10.24036/abdi.v3i2.114>
- Nursansiwati, W., Destari, R., & Wibowo, D. (2025). *Evaluasi program pelatihan branding berbasis kearifan lokal bagi UMKM Lombok Barat*. *Jurnal Pengembangan Masyarakat*, 6(1), 88–100.
- Nursansiwati, D. A., Kartini, E., Prathama, B. D., & Armiani, A. (2025). Branding produk UMKM berbasis kearifan lokal: Strategi digital mengangkat cerita budaya Lombok Barat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 550-559. <https://doi.org/10.62207/qp5vpc87>
- Ohorella, M. A., & Prihantoro, E. (2021). *Digital cultural branding untuk peningkatan daya saing UMKM*. *Jurnal Komunikasi Digital*, 3(2), 55–70.

- Oktaviani, R., & Meidiyustiani, R. (2025). *Entrepreneurial orientation and performance of traditional MSMEs: The moderating role of resource limitations*. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 14(2), 101–118.
- Ovriyadin, O. and Ernawati, S. (2024). Marketing mix dan brand image terhadap keputusan pembelian kain tenun sebagai upaya mempertahankan eksistensi produk lokal. *Kompak Jurnal Ilmiah Komputerisasi Akuntansi*, 17(2), 244-251. <https://doi.org/10.51903/kompak.v17i2.2074>
- Panda.id. (2023). Kearifan Lokal: Kunci UMKM Ciptakan Produk dan Layanan Unik dan Berkualitas. <https://www.panda.id/kearifan-lokal-kunci-umkm-ciptakan-produk-dan-layanan-unik-dan-berkualitas/>
- Paré, G., Trudel, M.-C., Jaana, M., & Kitsiou, S. (2022). *Synthesizing information systems knowledge: A systematic review of the review types*. *Information & Management*, 59(2), 103–135.
- Pemerintah Republik Indonesia. (2024). Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2024 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal.
- Pratama, O. and Takarini, N. (2023). Pengaruh pemberdayaan perempuan nasabah btpn syariah terhadap perkembangan umkm melalui pendampingan usaha. *Cakrawala Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 2(3), 72-81. <https://doi.org/10.30640/cakrawala.v2i3.1343>
- Prayoga and Ginting "PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE, Online Sales Promotion, Customer Satisfaction, Brand Image Dan Price Terhadap Customer Loyalty Pada Brand Kategori Kecantikan Platform 'Tiktok'" *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi & Akuntansi* (2024) doi:10.31955/mea.v8i1.3852.
- Primadhany, E. F., Suttikornpadee, T., Maimunah, Amin, M., & Adawiyah, R. (2025). Sharia-based digital economic policies: A maqasid shariah approach to achieving sustainable development. *Tribakti: Jurnal Pemikiran Keislaman*, 36(1). <https://doi.org/10.33367/tribakti.v36i1.5485>
- Pujiati, P., Dalimunte, R., Khairina, K., & Purnama, F. (2022). Pengembangan potensi budaya wisata kuliner pasar kamu (pekan sarapan karya anak muda) desa denai lama, pantai labu kabupaten deli serdang. *J-Abdi Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(7), 5681-5692. <https://doi.org/10.53625/jabdi.v2i7.4134>
- Ramadhan, D., & Marindah, M. (2021). *Gotong royong dan arisan usaha sebagai modal sosial UMKM agraris*. *Jurnal Sosiologi Pedesaan*, 9(1), 49–63.
- Rasyid, A., Harahap, R. D., & Ya, N. (2025). An analysis of tourism development based on local wisdom from the perspective of Islamic economics (Maqasid al-Shariah): A case study of Panorama Baru, Bukittinggi. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 12(2). <https://doi.org/10.26905/jbm.v12i2.16864>
- Ridha, M., Wafa, F. E., Fitriannor, W., & Gafur, A. (2024). Prosociality maqasid al-shariah and local wisdom in Islamic economic practices among pesantren communities in Indonesia and Southern Thailand. *ASEAN Journal of Islamic Studies and Civilization (AJISC)*, 1(1), 21-38. <https://doi.org/10.62976/ajisc.v1i1.1408>
- Riwayani (2025). Edukasi dan pendampingan umkm tempe kuning dalam penerapan strategi pemasaran berbasis digital di kelurahan pinang sori. *Jurnal Masyarakat Indonesia (Jumas)*, 4(02), 76-80. <https://doi.org/10.54209/jumas.v4i01.261>
- Saleh, K., Sumardjo, S., Hubeis, A., & Puspitawati, H. (2018). Penguatan modal sosial menuju kemandirian perempuan pedesaan pelaku industri rumahan emping melinjo

- di provinsi banten. *Jurnal Penyuluhan*, 14(1). <https://doi.org/10.25015/penyuluhan.v14i1.16325>
- Saraswati, I., Saskara, I., & Setyari, N. (2023). Analisis variabel kunci untuk keberlanjutan industri tenun geringsing double ikat di desa pegeringsingan. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 12(1), 73-85. <https://doi.org/10.23887/jish.v12i1.53598>
- Siregar, W., Hasibuan, A., Sayuti, M., & Puspasari, C. (2023). Edukasi pemanfaatan digital marketing bagi pelaku industri. *Mejuajua Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 3(2), 37-41. <https://doi.org/10.52622/mejuajuaabdimas.v3i2.100>
- Snyder, H. (2022). *Literature review as a research methodology: An overview and guidelines*. *Journal of Business Research*, 139, 353–362. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.08.023>
- Solechah, W. M., & Yogyakarta, U. M. (2023). *KEPENTINGAN NASIONAL INDONESIA DALAM*. 8(Februari), 12–23.
- Sugiarto, E. and Widyatmoko, K. (2022). Ibm peningkatan strategi pemasaran bagi umkm kerajinan tangan kota semarang sebagai upaya peningkatan inovasi, kreativitas, serta taraf perekonomian. *Abdimasku Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 105. <https://doi.org/10.33633/ja.v5i1.362>
- Sugiyasin, R. (2025). Integrasi nilai-nilai kearifan lokal dalam budaya organisasi: Kajian literatur strategi pengembangan SDM pada UMKM. *Economics and Digital Business Review*, 6(2), 1484–1492.
- Susanto, D. and Huda, L. (2024). Industri kreatif berbasis kearifan lokal: model pemberdayaan majelis taklim ponpes baiturrahman, madura. *Rengganis Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 325-336. <https://doi.org/10.29303/rengganis.v4i2.487>
- Tajeddini, K., Ratten, V., & Merino, S. (2023). *Entrepreneurial orientation and firm competitiveness in cultural-based SMEs*. *Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 12(3), 201–219.
- Tou, Y., Lee, Y., & Park, J. (2023). *Cultural storytelling and consumer engagement in digital branding*. *Journal of Interactive Marketing*, 63, 85–99. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2023.06.002>
- Wongsansukcharoen, J., & Thaweepaiboonwong, P. (2023). *Traditional aesthetic preference and innovation limitations in cultural craft MSMEs: A study from Southeast Asia*. *Journal of Asian Business and Economic Studies*, 30(2), 156–175.
- Xiao, Y., & Watson, M. (2019). *Guidance on conducting a systematic literature review*. *Journal of Information Science*, 45(3), 229–247. <https://doi.org/10.1177/0165551518758951>
- Yuanti, Y., Rostianingsih, D., Khoirina, S., Solina, E., Antesty, S., Sabaruddin, E., & hidayah, N. (2023). Pemberdayaan perempuan melalui program pengabdian masyarakat di provinsi jawa tengah: menciptakan kesetaraan gender dan kesempatan berwirausaha. *Jurnal Pengabdian West Science*, 2(6), 451-459. <https://doi.org/10.58812/jpws.v2i6.449>
- Yuliandari, R., Suharti, S., Permadi, I., Alifianti, A., & Rahmadani, C. (2024). Sosialisasi upaya peningkatan penjualan bagi umkm melalui strategi branding pada pelaku umkm di pantai kuta desa kuta kecamatan pujut kabupaten lombok tengah. *Devote Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 3(2), 101-105. <https://doi.org/10.55681/devote.v3i2.2912>
- Yunisvita, Y., Andaiyani, S., & Hidayat, A. (2023). Penguatan budaya lokal melalui pemberdayaan kelompok pengrajin angkinan berbasis e-commerce. *Pengabdianmu*

Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat, 8(6), 816-825.
<https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v8i6.4468>

Zaidiah, A., Matondang, N., Widiastiwi, Y., & Isnainiyah, I. (2023). Optimalisasi aplikasi e-commerce sebagai upaya untuk meningkatkan promosi batik paoman. J-Dinamika Jurnal Pengabdian Masyarakat, 8(1), 42-46. <https://doi.org/10.25047/j-dinamika.v8i1.3749>

Zulham et al. "Mengkaji Modal Sosial Bagi Masyarakat Perkotaan di Tengah Pandemi Covid-19 Melalui Gotong Royong Digital" (2023) doi:10.54065/jss.3.1.2023.3



© 2026 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).