

## **Penguatan ekonomi desa melalui UMKM Kreatif dan berkelanjutan di Desa Dunggala, Kecamatan Tibawa, Kabupaten Gorontalo**

**Ardiansyah<sup>1</sup>, Nurul Maulida Alwi<sup>2</sup>, Hapsawati Taan<sup>3</sup>, Iman Perwiranegara Gani<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo, Indonesia

<sup>2</sup>Jurusan Bimbingan dan Konseling, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Gorontalo, Indonesia

<sup>3</sup>Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo, Indonesia

Penulis korespondensi : Ardiansyah

E-mail : ardiansyah@ung.ac.id

Diterima: 23 September 2025 | Direvisi: 11 November 2025 | Disetujui: 12 November 2025 | Online: 20 November 2025

© Penulis 2025

### **Abstrak**

Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan masyarakat Desa Dunggala, Kecamatan Tibawa, Kabupaten Gorontalo, melalui penguatan UMKM berbasis potensi lokal jagung. Selama ini jagung hanya dipasarkan dalam bentuk mentah sehingga nilai tambahnya rendah. Kegiatan ini dirancang untuk menjawab permasalahan keterbatasan keterampilan produksi, minimnya inovasi produk, rendahnya literasi digital, serta lemahnya strategi pemasaran. Metode yang digunakan meliputi tahap perencanaan, pelaksanaan, monitoring, dan evaluasi dengan pendekatan partisipatif-kolaboratif. Pelaksanaan program mencakup pelatihan produksi brownies jagung, pendampingan inovasi produk pemasaran digital melalui media sosial. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan keterampilan masyarakat dalam mengolah jagung, terciptanya produk inovatif brownies jagung dengan kemasan menarik, serta meningkatnya kemampuan pemasaran berbasis digital. Dampak kegiatan pengabdian untuk meningkatkan keterampilan masyarakat serta peningkatan pendapatan tambahan serta secara meningkatnya motivasi dan kepercayaan diri masyarakat dalam berwirausaha. Pengabdian ini berkontribusi dalam penguatan ekonomi desa yang kreatif, inovatif, dan berkelanjutan, serta dapat menjadi model pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal.

**Kata kunci:** pengabdian; UMKM; produk inovatif

### **Abstract**

This community service program aims to empower the community of Dunggala Village, Tibawa District, Gorontalo Regency, by strengthening MSMEs based on local corn potential. Corn has previously only been marketed in its raw form, resulting in low added value. This activity is designed to address the problems of limited production skills, minimal product innovation, low digital literacy, and weak marketing strategies. The methods used include planning, implementation, monitoring, and evaluation stages with a participatory-collaborative approach. Program implementation includes corn brownie production training, product innovation assistance for digital marketing through social media. The results of the activity show an increase in community skills in processing corn, the creation of innovative corn brownie products with attractive packaging, and increased digital-based marketing capabilities. The impact of the community service activity is to improve community skills and increase additional income as well as increase community motivation and confidence in entrepreneurship. This service contributes to strengthening a creative, innovative, and sustainable village economy, and can be a model for community empowerment based on local potential.

**Keywords:** community service; UMKM; innovative products

## PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi desa merupakan salah satu strategi kunci dalam mewujudkan pemerataan kesejahteraan masyarakat Indonesia, sebagaimana tertuang dalam agenda prioritas pembangunan nasional. Desa sebagai entitas sosial-ekonomi memiliki peran penting dalam menopang pertumbuhan ekonomi nasional melalui sektor-sektor produktif berbasis potensi lokal. Salah satu instrumen utama dalam penguatan ekonomi desa adalah pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang mampu menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan, serta mendorong kemandirian ekonomi masyarakat (PDTT, 2024).

Desa Dunggala yang terletak di Kecamatan Tibawa, Kabupaten Gorontalo, merupakan kawasan yang memiliki sumber daya alam dan budaya lokal yang berlimpah, yang apabila diolah secara kreatif dapat menjadi modal sosial dan ekonomi yang bernilai tinggi. Sektor pertanian, kerajinan tangan, makanan olahan lokal, dan jasa pariwisata sederhana merupakan sektor-sektor yang berpotensi untuk dikembangkan menjadi UMKM unggulan. Namun, realitas di lapangan menunjukkan bahwa potensi tersebut belum dikelola secara optimal. Sebagian besar pelaku UMKM di desa ini masih mengelola usahanya secara konvensional, terbatas dalam aspek keterampilan, teknologi, jaringan pasar, dan permodalan (Gorontalo, 2023). Tantangan lain yang dihadapi adalah rendahnya literasi digital dan kewirausahaan masyarakat. Di era ekonomi digital saat ini, penguasaan teknologi informasi menjadi kebutuhan mutlak untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk lokal (Setiawan, 2018; Yuangga, 2023).

Banyak pelaku usaha di Desa Dunggala yang belum memanfaatkan media sosial, e-commerce, maupun strategi branding produk secara sistematis. Ketimpangan pengetahuan ini menyebabkan pelaku UMKM di desa tertinggal dibandingkan dengan pelaku usaha di wilayah urban yang lebih adaptif terhadap teknologi (Rahmawati & Lestari, 2022). Selain aspek keterampilan dan teknologi, tantangan dalam penguatan ekonomi desa juga terletak pada aspek kelembagaan dan keberlanjutan (Gofur & Jumiati, 2021; Sadat, 2019). Kurangnya forum atau komunitas UMKM yang saling bersinergi menyebabkan pelaku usaha berjalan sendiri-sendiri tanpa koordinasi, kolaborasi, dan penguatan kapasitas bersama. Di sisi lain, belum adanya pendekatan pembangunan ekonomi desa yang berwawasan lingkungan atau green entrepreneurship menyebabkan potensi limbah dan kerusakan ekologi menjadi risiko jangka panjang bagi keberlanjutan usaha (Kurniawan & Nurhadi, 2023). Untuk menjawab permasalahan tersebut, diperlukan intervensi program pengabdian kepada masyarakat yang holistik dan partisipatif. Pendekatan yang ditawarkan adalah penguatan ekonomi desa berbasis UMKM kreatif dan berkelanjutan, melalui serangkaian pelatihan kewirausahaan, digitalisasi pemasaran, pendampingan usaha ramah lingkungan, serta pembentukan jejaring komunitas UMKM lokal. Program ini tidak hanya bertujuan mengangkat kapasitas usaha individu, tetapi juga membangun ekosistem usaha desa yang mandiri, inovatif, dan inklusif.

Urgensi kegiatan ini juga selaras dengan arahan kebijakan nasional dan lokal, yang menekankan pentingnya revitalisasi ekonomi desa berbasis potensi lokal dan pemberdayaan masyarakat. Program Dana Desa, Program Inovasi Desa (PID), serta kebijakan pemberdayaan UMKM dari Kementerian Koperasi dan UKM merupakan payung kebijakan yang mendukung implementasi program ini (Sutrisno & Wijaya, 2022). Dengan dukungan kolaboratif antara akademisi, pemerintah desa, dan pelaku UMKM lokal, kegiatan pengabdian ini diharapkan mampu menjadi model pemberdayaan ekonomi desa yang berkelanjutan dan replikatif di wilayah lain. Melalui kegiatan pengabdian diharapkan akan terwujud UMKM Desa Dunggala yang adaptif, kreatif, dan berdaya saing, yang pada akhirnya akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta memperkuat fondasi ekonomi lokal di Kabupaten Gorontalo.

Permasalahan utama yang dihadapi masyarakat Desa Dunggala dalam upaya peningkatan ekonomi melalui sektor UMKM adalah rendahnya kapasitas kewirausahaan masyarakat. Sebagian besar pelaku UMKM di desa ini masih berada pada tahap usaha mikro subsisten, dikelola secara tradisional tanpa perencanaan usaha yang baik. Mereka belum memahami konsep manajemen usaha sederhana seperti pencatatan keuangan, perhitungan harga pokok produksi, dan strategi pemasaran yang efektif. Ketika menghadapi tantangan pasar yang semakin kompetitif, para pelaku usaha

seringkali tidak mampu bertahan karena keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola usahanya secara profesional

Di samping itu, literasi digital masyarakat pelaku UMKM juga masih sangat rendah. Padahal, di era revolusi industri 4.0, penguasaan terhadap teknologi informasi menjadi syarat mutlak untuk menjangkau pasar yang lebih luas (Abdullah, 2021; Gozali et al., 2019). Banyak pelaku usaha belum memanfaatkan media sosial dan platform e-commerce secara optimal, bahkan sebagian tidak mengetahui cara menggunakan aplikasi pemasaran digital. Hal ini menyebabkan produk-produk lokal Desa Dunggala hanya beredar dalam lingkup yang sempit, dengan daya saing yang rendah dibandingkan produk serupa dari wilayah lain yang lebih melek teknologi. Keterbatasan inovasi produk menjadi permasalahan selanjutnya. Produk UMKM yang dihasilkan umumnya masih bersifat konvensional dan belum memiliki ciri khas atau identitas lokal yang kuat. Tidak adanya diferensiasi produk baik dari sisi tampilan, kemasan, maupun cerita budaya yang melekat membuat produk sulit bersaing di pasar yang semakin menuntut keunikan dan kualitas. Potensi sumber daya lokal seperti bahan baku alami, cerita rakyat, dan simbol budaya belum dimanfaatkan secara maksimal sebagai elemen pembeda yang dapat memberikan nilai tambah pada produk UMKM desa

Lemahnya kelembagaan ekonomi di tingkat desa juga menjadi faktor penghambat berkembangnya sektor UMKM (Haridison et al., 2022; Jimad et al., 2022). Para pelaku usaha belum tergabung dalam suatu forum atau komunitas yang mampu mengkoordinasikan kegiatan usaha secara kolektif. Ketiadaan wadah ini menyebabkan tidak adanya mekanisme berbagi informasi, pelatihan bersama, atau kerja sama produksi yang berorientasi pasar. Selain itu, pelaku usaha kesulitan mengakses bantuan pemerintah maupun lembaga keuangan karena tidak memiliki organisasi yang dapat mengadvokasi kebutuhan mereka secara bersama-sama. Terdapat sejumlah permasalahan mendasar yang menghambat pengembangan UMKM di Desa Dunggala. Pertama, rendahnya kapasitas kewirausahaan masyarakat, baik dari segi keterampilan manajerial maupun kemampuan mengolah produk turunan jagung. Kedua, minimnya inovasi dalam menciptakan produk berbasis jagung, sehingga usaha masyarakat cenderung stagnan. Ketiga, rendahnya literasi digital masyarakat desa menyebabkan keterbatasan dalam memanfaatkan media sosial dan e-commerce sebagai sarana pemasaran. Keempat, strategi pemasaran produk UMKM masih sangat sederhana, dengan kemasan yang kurang menarik dan tanpa branding yang kuat. Kondisi ini mengakibatkan produk lokal hanya dikenal di lingkup desa, dengan jangkauan pasar yang terbatas dan daya saing rendah dibandingkan produk sejenis dari daerah lain. Jika dibandingkan dengan peluang yang tersedia, tampak jelas adanya gap (kesenjangan) yang cukup besar.

Desa Dunggala memiliki sumber daya alam melimpah berupa jagung serta potensi masyarakat yang dapat diberdayakan. Di sisi lain, keterbatasan kapasitas manusia, minimnya inovasi produk, dan rendahnya akses terhadap teknologi digital membuat potensi tersebut belum termanfaatkan secara optimal. Kesenjangan ini menyebabkan UMKM di Desa Dunggala tertinggal dibandingkan UMKM di wilayah perkotaan yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi dan tren pasar. Untuk menjawab permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian ini dirancang dengan upaya dan rencana yang terarah. Program ini mencakup pelatihan kewirausahaan dasar, pelatihan teknis pengolahan jagung menjadi brownies, serta pendampingan inovasi produk dan branding agar produk memiliki nilai jual lebih tinggi. Selain itu, masyarakat akan dibekali keterampilan pemasaran berbasis digital melalui media sosial dan e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar. Tim pengabdian juga merencanakan pendampingan berkelanjutan sehingga UMKM Desa Dunggala tidak hanya mampu menghasilkan produk inovatif, tetapi juga mandiri dalam mengelola usaha secara kreatif dan berkelanjutan

## METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan partisipatif-kolaboratif yang menempatkan masyarakat sebagai mitra aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Proses pelaksanaan diawali dengan tahap perencanaan, yang diawali dengan identifikasi permasalahan dan kebutuhan masyarakat Desa Dunggala. Tim pengabdian melakukan observasi lapangan dan wawancara dengan pelaku UMKM, pemerintah desa, serta tokoh masyarakat untuk

memetakan potensi sekaligus kendala yang dihadapi. Dari hasil pemetaan diketahui bahwa jagung yang menjadi komoditas utama desa belum dimanfaatkan secara maksimal, sementara pelaku UMKM menghadapi keterbatasan keterampilan produksi, inovasi produk, dan strategi pemasaran. Berdasarkan temuan tersebut, disusunlah rancangan program yang fokus pada pengolahan jagung menjadi produk inovatif, peningkatan literasi kewirausahaan, serta pemasaran digital.

Setelah tahap perencanaan, kegiatan dilanjutkan dengan pelaksanaan program. Pada bidang produksi, masyarakat diberikan pelatihan teknis mengenai cara mengolah jagung menjadi brownies jagung. Kegiatan ini mencakup pemilihan jagung berkualitas, proses pengolahan adonan, teknik pemanggangan maupun pengukusan, hingga pengemasan produk yang higienis dan menarik. Pelatihan dilakukan secara praktik langsung sehingga peserta dapat memahami seluruh proses produksi secara aplikatif.

Selain pelatihan produksi, kegiatan juga difokuskan pada inovasi produk. Melalui pelatihan, peserta didampingi untuk menghasilkan produk brownies jagung yang memiliki ciri khas lokal, baik dari segi rasa maupun tampilan. Tim pengabdian membantu memperkenalkan pentingnya identitas merek (brand identity) dan bentuk pemasaran digital.

Peserta diperkenalkan pada pemanfaatan teknologi informasi untuk memasarkan produk secara lebih luas. Mereka dilatih membuat akun usaha menggunakan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp sebagai sarana promosi, komunikasi dengan pelanggan, sekaligus membangun citra produk.

Tahap berikutnya adalah monitoring dan evaluasi. Monitoring dilakukan sepanjang pelaksanaan kegiatan untuk memastikan partisipasi aktif masyarakat serta pencapaian target program. Evaluasi dilakukan melalui uji coba produk brownies jagung dengan memperhatikan aspek rasa, kualitas, dan kemasan, serta dengan memantau sejauh mana produk sudah dipasarkan melalui media digital. Selain itu, tim pengabdian juga mengumpulkan umpan balik dari peserta melalui diskusi kelompok terarah (FGD) guna mengetahui manfaat kegiatan, kendala yang dihadapi, dan rencana tindak lanjut.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat di Desa Dunggala memberikan sejumlah capaian yang dapat dikategorikan dalam aspek produksi, inovasi produk, pemasaran digital, penguatan kelembagaan, serta dampak sosial-ekonomi. Pada aspek produksi, kegiatan pelatihan berhasil meningkatkan keterampilan masyarakat dalam mengolah jagung menjadi produk pangan bernilai tambah, yaitu brownies jagung. Peserta yang sebagian besar terdiri dari pelaku UMKM dan ibu rumah tangga mampu mengikuti tahapan teknis mulai dari pemilihan bahan baku, pengolahan adonan, hingga proses pemanggangan dan pengemasan. Hasil uji coba menunjukkan bahwa brownies jagung yang dihasilkan memiliki cita rasa khas, tekstur yang sesuai standar, serta daya tarik konsumen yang cukup baik. Hal ini menandai adanya peningkatan kemampuan teknis masyarakat dalam mengolah komoditas lokal yang sebelumnya hanya dipasarkan dalam bentuk mentah.



**Gambar 1.** Pelatihan Pembuatan Kue Brownies jagung



Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dengan tema “*Penguatan Ekonomi Desa melalui UMKM Kreatif dan Berkelanjutan di Desa Dunggala*” dilaksanakan pada tanggal 1 September 2025 bertempat di Balai Desa Dunggala, Kecamatan Tibawa, Kabupaten Gorontalo. Kegiatan ini melibatkan 25 peserta yang terdiri dari pelaku usaha mikro, ibu rumah tangga, serta pemuda desa yang memiliki minat dalam pengembangan produk berbasis potensi lokal. Seluruh kegiatan difasilitasi oleh pemerintah desa Dunggala

Pelaksanaan program dilakukan secara bertahap, mencakup kegiatan pelatihan produksi, pendampingan inovasi produk, pelatihan pemasaran digital, serta monitoring dan evaluasi. Setiap tahap dirancang secara partisipatif, dengan menempatkan masyarakat sebagai mitra aktif agar hasil kegiatan tidak hanya meningkatkan keterampilan, tetapi juga membangun kemandirian dan rasa kepemilikan terhadap usaha yang dikembangkan.

Pada tahap pertama, yaitu pelatihan produksi brownies jagung, kegiatan difokuskan pada peningkatan kemampuan teknis masyarakat dalam mengolah komoditas jagung menjadi produk olahan bernilai tambah. Pelatihan dilaksanakan melalui metode praktik langsung (*hands-on training*), di mana peserta dilibatkan secara aktif dalam setiap proses produksi mulai dari pemilihan bahan baku, pengolahan adonan, hingga proses pemanggangan dan pengemasan. Peserta juga diberikan pemahaman tentang pentingnya higienitas dan standar mutu dalam produksi makanan. Dari hasil kegiatan ini, seluruh peserta berhasil memproduksi brownies jagung dengan tekstur lembut dan cita rasa khas yang disukai masyarakat. Uji rasa yang dilakukan bersama masyarakat menunjukkan bahwa produk dinilai layak jual dan memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai produk unggulan desa.

Tahap berikutnya adalah pendampingan inovasi produk dan strategi branding. Kegiatan ini bertujuan untuk memperkuat aspek kreativitas dan daya saing produk lokal. Peserta didampingi untuk melakukan inovasi varian rasa, desain kemasan, serta pengenalan merek dagang (*brand identity*). Pendampingan juga memperkenalkan peserta pada penggunaan aplikasi desain digital sederhana seperti Canva untuk pembuatan logo dan label produk, sehingga setiap pelaku UMKM memiliki identitas visual sendiri.

Tahap ketiga yaitu pelatihan pemasaran digital. Kegiatan ini dilatarbelakangi oleh rendahnya literasi digital pelaku UMKM di Desa Dunggala. Pelatihan ini memberikan pengetahuan dan keterampilan praktis dalam menggunakan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp Business sebagai sarana promosi dan penjualan produk. Peserta diajarkan membuat akun bisnis, menulis deskripsi produk yang menarik, serta mengunggah foto produk dengan tata cahaya yang baik. Melalui simulasi langsung, peserta berhasil memasarkan produk brownies jagung secara daring dan mulai menerima pesanan dari konsumen di luar wilayah desa. Hasil ini menunjukkan peningkatan nyata dalam kemampuan pemasaran digital dan perluasan jangkauan pasar produk lokal.



**Gambar 2.** Produk kue brownies jagung siap konsumsi

Pada aspek pemasaran digital, kegiatan pengabdian memberikan dampak pada peningkatan pengetahuan literasi digital masyarakat. Peserta yang sebelumnya belum mengenal platform pemasaran daring memanfaatkan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp untuk promosi produk. Hal ini membuka peluang pasar baru karena produk brownies jagung tidak lagi hanya

beredar di tingkat lokal, melainkan berpotensi menjangkau konsumen di luar daerah melalui jalur digital.

Dari sisi dampak sosial-ekonomi, kegiatan pengabdian menunjukkan perubahan pada masyarakat. Pertama, terjadi peningkatan pendapatan tambahan bagi beberapa peserta yang mulai memasarkan produk brownies jagung. Kedua, kegiatan ini memberikan ruang produktif bagi ibu rumah tangga untuk terlibat dalam aktivitas ekonomi yang kreatif. Ketiga, tumbuhnya kesadaran masyarakat akan pentingnya inovasi, branding, dan pemasaran digital menjadi modal sosial baru yang mendorong kemandirian desa. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga membentuk pola pikir kewirausahaan yang lebih adaptif terhadap perkembangan zaman.

Hasil-hasil tersebut sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya yang menekankan pentingnya hilirisasi produk pertanian melalui diversifikasi olahan pangan serta relevan dengan strategi pemberdayaan UMKM berbasis digital marketing dalam meningkatkan daya saing produk lokal (Rahmawati & Lestari, 2022). Dengan mengintegrasikan inovasi produk dan teknologi pemasaran, program pengabdian ini berhasil menjawab gap antara potensi lokal Desa Dunggala dengan keterbatasan kapasitas masyarakat dalam mengelolanya. Pelaksanaan pengabdian ini membuktikan bahwa pemanfaatan potensi jagung melalui inovasi produk brownies dan digitalisasi pemasaran dapat menjadi strategi efektif dalam memperkuat ekonomi desa.

## SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Desa Dunggala, Kecamatan Tibawa, Kabupaten Gorontalo, berhasil memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kapasitas dan kemandirian pelaku UMKM berbasis potensi lokal. Melalui serangkaian pelatihan produksi, inovasi produk, strategi branding, hingga pemasaran digital, masyarakat mampu mengolah jagung yang sebelumnya hanya dijual dalam bentuk mentah menjadi produk bernilai tambah berupa brownies jagung dengan kualitas dan daya saing yang lebih baik.

Keberhasilan kegiatan ini tidak hanya menghasilkan produk inovatif, tetapi juga mendorong perubahan pola pikir masyarakat untuk lebih kreatif, adaptif, dan berorientasi pada pasar modern. Dampak yang dirasakan tidak hanya pada peningkatan keterampilan teknis dan literasi digital, tetapi juga pada aspek sosial berupa terbentuknya kelembagaan UMKM yang lebih solid, serta aspek ekonomi melalui peningkatan peluang pendapatan.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih terutama ditujukan kepada pemerintah desa Dunggala Kecamatan Tibawa Kabupaten Gorontalo dan LPPM Universitas Negeri Gorontalo.

## DAFTAR RUJUKAN

- Abdullah, R. (2021). Tantangan Dan Peluang Bagi Millennial Di Era Revolusi 4.0 Dalam Bidang Perpajakan Di SMK Negeri 2 Baubau, Kota Baubau, Sulawesi Tenggara. *Madaniya*, 2(2), 177–183. <https://doi.org/10.53696/27214834.71>
- Gofur, R., & Jumiaty, I. E. (2021). Kelembagaan Badan Usaha Milik Desa Di Kabupaten Buton Selatan. *Administratio Jurnal Ilmiah Administrasi Publik Dan Pembangunan*, 12(2), 121–138. <https://doi.org/10.23960/administratio.v12i2.232>
- Gorontalo, B. P. S. K. (2023). *Statistik Ekonomi Mikro Desa Dunggala 2023*. BPS Kabupaten Gorontalo.
- Gozali, G., Amaliah, N., & Milaningrum, E. (2019). Revitalisasi Poltekba Era Industri 4.0. *Journal of Vocational and Technical Education (Jvte)*, 1(2), 19–26. <https://doi.org/10.26740/jvte.v1n2.p19-26>
- Haridison, A., Iskandar, D., & Gaffar, U. H. (2022). Model Pengembangan Ekonomi Lokal: Studi Kasus Desa Sampirang I (Satu) Kecamatan Teweh Timur, Kabupaten Barito Utara, Kalimantan Tengah. *Jiip Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 7(2), 85–101. <https://doi.org/10.14710/jiip.v7i2.14208>
- Jimad, H., Roslina, R., Syarif, Y. A., & Wahono, E. P. (2022). Pembinaan Potensi Ekonomi Kreatif Melalui Pendekatan Kelembagaan. *Jurnal Pemberdayaan Ekonomi*, 1(2), 61–67.

Penguatan ekonomi desa melalui UMKM Kreatif dan berkelanjutan di Desa Dunggala, Kecamatan Tibawa, Kabupaten Gorontalo

- <https://doi.org/10.35912/jpe.v1i2.760>
- Kurniawan, H., & Nurhadi, D. (2023). Inovasi Produk dan Keberlanjutan UMKM Lokal. *Jurnal Pemberdayaan Ekonomi*, 7(1), 33–40.
- PDTT, K. D. (2024). *Indeks Desa Membangun (IDM) 2024*. Kemendesa PDTT.
- Rahmawati, S., & Lestari, Y. (2022). Digitalisasi UMKM dan Tantangannya di Desa. *Jurnal Ekonomi Rakyat*, 9(2), 115–122.
- Sadat, A. (2019). Penguatan Kelembagaan Bum Desa Menjadi Kekuatan Baru Ekonomi Di Desa Di Desa Wajah Jaya Dan Desa Mulia Jaya Kabupaten Buton. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Membangun Negeri*, 2(2), 103–119. <https://doi.org/10.35326/pkm.v2i2.358>
- Setiawan, A. B. (2018). Revolusi Bisnis Berbasis Platform Sebagai Penggerak Ekonomi Digital Di Indonesia. *Masyarakat Telematika Dan Informasi Jurnal Penelitian Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 9(1), 61. <https://doi.org/10.17933/mti.v9i1.118>
- Sutrisno, H., & Wijaya, T. (2022). Strategi Penguatan Kelembagaan UMKM di Desa. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 8(1), 12–20.
- Yuangga, K. D. (2023). Transformasi Digital Dalam Pendidikan Ekonomi: Menyiapkan Generasi Muda Untuk Menghadapi Tantangan Ekonomi Digital. *Jiip - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(6), 4507–4517. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i6.2410>