



PEMBERDAYAAN EKONOMI UMKM BERBASIS KEARIFAN LOKAL DI DESA BUDAYA LINGGA KABUPATEN KARO

**Intan Juwita Damanik^{1*}, Putri Yuanita², Rahmawati Br Sembiring³,
Wan Shalah Sabila⁴, & Muhammad Ikhsan Harahap⁵**

^{1,2,&4}Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Jalan IAIN Nomor 1, Medan, Sumatera Utara 20235, Indonesia

³Program Studi Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Jalan IAIN Nomor 1, Medan, Sumatera Utara 20235, Indonesia

⁵Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Jalan IAIN Nomor 1, Medan, Sumatera Utara 20235, Indonesia

*Email: intanjuwita540@gmail.com

Submit: 08-12-2025; Revised: 22-12-2025; Accepted: 23-12-2025; Published: 02-01-2026

ABSTRAK: Desa Budaya Lingga di Kabupaten Karo memiliki potensi kearifan lokal yang kuat, namun pemanfaatannya dalam pengembangan ekonomi masyarakat, khususnya pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) masih belum optimal. Permasalahan utama meliputi keterbatasan dalam pengemasan produk, *branding*, dan strategi pemasaran yang mampu merepresentasikan nilai budaya Karo. Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini bertujuan untuk memberdayakan ekonomi UMKM berbasis kearifan lokal guna meningkatkan daya saing usaha. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) dengan melibatkan 10 UMKM mitra yang bergerak di bidang kuliner dan kerajinan tradisional. Program diimplementasikan melalui tiga kegiatan utama, yaitu: 1) lokakarya *re-branding* dan desain kemasan berbasis motif serta filosofi Karo; 2) pelatihan *digital marketing* dengan penekanan pada *storytelling* budaya produk; dan 3) pendampingan manajemen usaha sederhana. Evaluasi program dilakukan melalui observasi, wawancara, serta perbandingan kondisi sebelum dan sesudah kegiatan. Hasil program menunjukkan peningkatan kapasitas UMKM, ditandai dengan 100% UMKM mitra memiliki identitas visual baru, peningkatan aktivitas promosi digital dari 30% menjadi 80% UMKM aktif di media sosial, serta tersusunnya narasi produk berbasis budaya lokal. Program ini menyimpulkan bahwa pemberdayaan UMKM yang berfokus pada penguatan kearifan lokal efektif dalam meningkatkan daya saing usaha sekaligus berkontribusi pada pelestarian identitas budaya Desa Budaya Lingga.

Kata Kunci: Desa Budaya Lingga, Kearifan Lokal, KKN, Pemberdayaan UMKM.

ABSTRACT: Lingga Cultural Village in Karo Regency has a strong potential for local wisdom, but its use in community economic development, especially Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) is still not optimal. The main problems include limitations in product packaging, branding, and marketing strategies that are able to represent Karo's cultural values. The Real Work Lecture Program (KKN) aims to empower the MSME economy based on local wisdom to increase business competitiveness. The implementation method uses the Participatory Action Research (PAR) approach involving 10 partner MSMEs engaged in culinary and traditional handicrafts. The program is implemented through three main activities, namely: 1) re-branding and packaging design workshops based on Karo's motives and philosophy; 2) digital marketing training with an emphasis on product culture storytelling; and 3) simple business management assistance. Program evaluation is carried out through observation, interviews, and comparison of conditions before and after activities. The results of the program show an increase in the capacity of MSMEs, characterized by 100% of partner MSMEs having a new visual identity, an increase in digital promotion activities from 30% to 80% of MSMEs active on social media, and the compilation of product narratives based on local culture. This program concludes that the empowerment of MSMEs that focuses on strengthening local wisdom is effective in increasing business competitiveness while contributing to the preservation of the cultural identity of the Lingga Cultural Village.

Keywords: Lingga Cultural Village, Local Wisdom, Community Service, MSME Empowerment.

Uniform Resource Locator: <https://e-journal.lp3kamandanu.com/index.php/nuras>



How to Cite: Damanik, I. J., Yuanita, P., Sembiring, R. B., Sabila, W. S., & Harahap, M. I. (2026). Pemberdayaan Ekonomi UMKM Berbasis Kearifan Lokal di Desa Budaya Lingga Kabupaten Karo. *Nuras : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 62-69. <https://doi.org/10.36312/nuras.v6i1.854>



Nuras : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat is Licensed Under a CC BY-SA [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

PENDAHULUAN

Perguruan tinggi di Indonesia mengemban amanat Tri Dharma Perguruan Tinggi yang salah satu pilar utamanya adalah pengabdian kepada masyarakat. Implementasi konkret dari pilar ini diwujudkan melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN), yaitu program akademik intrakurikuler yang melibatkan mahasiswa lintas disiplin ilmu untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat dalam rangka menerapkan ilmu pengetahuan, teknologi, dan keterampilan secara kontekstual (Nugroho & Andarini, 2020). Melalui KKN, mahasiswa tidak hanya mengasah kemampuan akademik dan sosial, tetapi juga berperan sebagai agen perubahan dalam mendorong pengembangan potensi lokal dan pemecahan masalah masyarakat secara partisipatif.

Dalam konteks pengabdian tersebut, Desa Budaya Lingga di Kabupaten Karo dipilih sebagai lokasi pelaksanaan program KKN. Desa Lingga merupakan salah satu desa adat yang ditetapkan sebagai Desa Budaya, karena memiliki kekayaan warisan budaya Suku Karo, seperti Rumah Adat Siwaluh Jabu, tradisi sosial, serta kerajinan dan kuliner khas. Potensi budaya ini menjadi modal penting bagi pengembangan pariwisata budaya. Namun demikian, keberlanjutan pariwisata budaya sangat bergantung pada penguatan ekonomi masyarakat lokal, khususnya melalui peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai penggerak ekonomi kerakyatan (Surbakti & Albar, 2018).

Berdasarkan observasi awal dan diskusi dengan perangkat desa, Desa Budaya Lingga memiliki sekitar 10 UMKM aktif yang bergerak di sektor kuliner tradisional dan kerajinan tangan. Menurut Silalahi & Khadry (2024), meskipun produk yang dihasilkan memiliki nilai budaya yang kuat, sebagian besar UMKM masih menghadapi permasalahan konkret, antara lain keterbatasan dalam desain kemasan, lemahnya identitas merek, rendahnya pemanfaatan pemasaran digital, serta belum optimalnya pengelolaan usaha secara sederhana. Kondisi ini menyebabkan produk UMKM belum mampu bersaing secara luas dan belum memberikan kontribusi maksimal terhadap peningkatan pendapatan masyarakat (Eshananda *et al.*, 2025).

Berdasarkan permasalahan tersebut, artikel ini mengangkat gagasan “Pemberdayaan Ekonomi UMKM Berbasis Kearifan Lokal” sebagai strategi intervensi pengabdian masyarakat. Pemberdayaan ekonomi dimaknai sebagai upaya sistematis untuk meningkatkan kapasitas, kemandirian, dan daya saing UMKM melalui pendampingan, bukan pendekatan bantuan karitatif. Adapun basis kearifan lokal menegaskan bahwa pengembangan UMKM dilakukan dengan menjadikan nilai-nilai budaya Karo sebagai kekuatan utama, seperti penggunaan motif *uis gara* pada kemasan produk, penguatan narasi sejarah kuliner lokal, serta penanaman etos kerja tradisional sebagai identitas usaha. Pendekatan ini sejalan

Uniform Resource Locator: <https://e-journal.lp3kamandanu.com/index.php/nuras>



dengan konsep pembangunan ekonomi berbasis budaya yang menekankan integrasi antara pelestarian identitas lokal dan peningkatan kesejahteraan masyarakat (Ibo *et al.*, 2025; Wahyudi *et al.*, 2025).

Dengan demikian, kegiatan ini bertujuan untuk memaparkan proses identifikasi potensi kearifan lokal di Desa Budaya Lingga, perancangan dan implementasi program pemberdayaan UMKM melalui kegiatan KKN, serta menganalisis dampaknya terhadap penguatan ekonomi masyarakat lokal. Kajian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaksanaan program pengabdian masyarakat berbasis kearifan lokal di desa budaya lainnya.

METODE

Program pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) atau penelitian tindakan partisipatif. Pendekatan PAR dipilih karena menempatkan masyarakat dan pelaku UMKM sebagai mitra setara dalam setiap tahapan kegiatan, sehingga selaras dengan prinsip pemberdayaan masyarakat dan pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) (Morales, 2020). Program ini melibatkan 10 UMKM mitra yang bergerak di sektor kuliner tradisional dan kerajinan tangan, dengan skala usaha mikro dan kecil, serta lama usaha berkisar antara 2-10 tahun. Pelaksanaan program berlangsung selama 30 hari, yaitu pada periode KKN dan dibagi ke dalam empat tahapan utama yang saling berkesinambungan, yaitu perencanaan, tindakan, observasi, dan refleksi.

Perencanaan

Tahap perencanaan dilakukan melalui observasi awal dan studi literatur untuk memahami kondisi sosial, ekonomi, dan budaya Desa Budaya Lingga. Selanjutnya dilakukan diskusi kelompok terfokus (*Focus Group Discussion/FGD*) dan wawancara mendalam dengan aparat desa, tokoh adat, serta pelaku UMKM. Kegiatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi potensi kearifan lokal, karakteristik usaha, serta permasalahan utama UMKM, khususnya terkait pengemasan produk, *branding*, pemasaran, dan pengelolaan usaha.

Tindakan

Tahap tindakan (*action*), yaitu perancangan dan pelaksanaan program pemberdayaan secara partisipatif bersama mitra UMKM. Kegiatan inti meliputi: 1) lokakarya *re-branding* dan desain kemasan produk berbasis motif dan filosofi budaya Karo; 2) pelatihan pemasaran digital dengan penekanan pada *storytelling* produk berbasis narasi budaya; dan 3) pendampingan manajemen usaha sederhana yang mencakup pencatatan keuangan dasar dan perencanaan usaha. Seluruh kegiatan dilaksanakan secara langsung dan disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing UMKM.

Observasi

Tahap observasi (*observing*) dilakukan secara berkelanjutan selama program berlangsung. Tim KKN melakukan pendampingan intensif, mencatat partisipasi UMKM, respons terhadap materi pelatihan, serta perkembangan implementasi hasil pendampingan. Data dikumpulkan melalui lembar observasi, dokumentasi kegiatan, dan catatan lapangan. Tim KKN juga melakukan evaluasi awal dan akhir untuk melihat perubahan pemahaman serta peningkatan kapasitas UMKM setelah mengikuti rangkaian kegiatan pendampingan.



Refleksi

Tahap refleksi (*reflecting*), yaitu evaluasi terhadap dampak program. Evaluasi dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif sederhana. Instrumen evaluasi kualitatif berupa panduan wawancara *semi*-terstruktur untuk mengukur perubahan pemahaman, sikap, dan keterampilan pelaku UMKM setelah program. Evaluasi kuantitatif dilakukan melalui angket sederhana sebelum dan sesudah kegiatan yang mencakup indikator kompetensi, seperti pemahaman *branding*, kemampuan pemasaran digital, dan penerapan identitas visual produk. Data kualitatif dianalisis menggunakan analisis tematik, sedangkan data kuantitatif dianalisis melalui perbandingan persentase kondisi sebelum dan sesudah program. Hasil refleksi ini menjadi dasar penyusunan rekomendasi keberlanjutan program pemberdayaan UMKM di Desa Budaya Lingga.

HASIL DAN DISKUSI

Potret Awal UMKM Desa Lingga : Aset Kearifan Lokal yang Belum Tergarap

Pelaksanaan program pengabdian diawali dengan observasi partisipatif dan FGD pada 27 Agustus 2025 untuk memetakan kondisi awal UMKM di Desa Budaya Lingga. Dari pemetaan tersebut, ditemukan bahwa ekosistem UMKM cukup beragam dan didominasi oleh dua sektor utama, yaitu kuliner tradisional (*cimpa unung*, *terites*, *tasak telu*, dan kopi bubuk Karo) dan kerajinan tangan (miniatur Rumah Adat Siwaluh Jabu, gantungan kunci bermotif *gorga*, dan tenun *uis gara*). Hampir seluruh UMKM kuliner masih menggunakan kemasan polos tanpa identitas visual, sedangkan produk kerajinan tidak dilengkapi narasi (*storytelling*). Pemasaran mayoritas dilakukan secara konvensional melalui penjualan langsung dan informasi dari mulut ke mulut.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa aset kearifan lokal yang dimiliki UMKM belum tergarap optimal, sehingga tergolong sebagai *dormant assets*. Permasalahan utama bukan terletak pada kualitas produk, melainkan pada lemahnya *value proposition* dan *branding*. Ketidadaan logo, desain kemasan, dan narasi produk menyebabkan produk yang seharusnya premium justru dipersepsikan generik dan bersaing pada harga rendah. Analisis lanjutan menunjukkan bahwa fenomena tersebut berakar pada belum berubahnya pola pikir sebagian pelaku UMKM yang masih memandang kearifan lokal semata sebagai praktik keseharian, bukan sebagai aset ekonomi yang bernilai jual, serta adanya *knowledge gap* dalam aspek *branding* dan pemasaran digital.

Temuan ini sejalan dengan hasil pengabdian yang dilakukan oleh Kalis *et al.* (2023) yang menyatakan bahwa rendahnya pemahaman pelaku UMKM terhadap nilai strategis budaya lokal menjadi salah satu faktor penghambat daya saing produk. Rahmawati *et al.* (2025) menegaskan bahwa keterbatasan literasi digital UMKM berdampak langsung pada lemahnya jangkauan pasar dan visibilitas produk. Oleh karena itu, hasil program ini mengonfirmasi pentingnya intervensi pemberdayaan yang tidak hanya berfokus pada aspek teknis produksi, tetapi juga pada transformasi pola pikir dan penguatan strategi pemasaran berbasis nilai budaya, khususnya dalam menghadapi tantangan dan peluang ekonomi di era Society 5.0 (Siswanto *et al.*, 2025). Kolaborasi berkelanjutan antara akademisi dan pelaku UMKM menjadi kunci dalam memastikan keberlanjutan program.



Gambar 1. Produk UMKM.

Perumusan Program Partisipatif : Menjawab Kebutuhan Konkret UMKM

Merujuk pada temuan awal, tim KKN melaksanakan FGD dengan 8-10 pelaku UMKM dari sektor kuliner dan kerajinan serta perangkat desa. Pada sesi tersebut, para pelaku UMKM menyampaikan kebutuhan konkret, yaitu perlunya identitas visual produk dan keterampilan memasarkan produk secara daring. Mereka mengungkapkan keterbatasan dalam mendesain kemasan dan menggunakan media sosial sebagai sarana promosi. Proses perumusan program secara partisipatif memastikan bahwa program yang disusun sesuai dengan *felt needs* masyarakat, bukan sekadar *perceived needs* dari tim KKN. Pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) mendorong terciptanya *sense of ownership* yang menjadi faktor penting bagi keberlanjutan program. Analisis ini menunjukkan bahwa partisipasi aktif pelaku UMKM bukan hanya menghasilkan program yang relevan, tetapi juga meningkatkan motivasi mereka untuk terlibat. Berdasarkan hasil FGD, disepakati tiga program kerja: 1) lokakarya *branding* dan desain kemasan; 2) pelatihan pemasaran digital dan fotografi produk; dan 3) pendampingan penyusunan *storytelling* produk.

Implementasi Pemberdayaan : Transformasi Kemasan, *Branding*, dan Pemasaran Digital

Pelaksanaan program berlangsung melalui lokakarya interaktif dan pendampingan individual. Produk seperti *cimpa unung* dan kopi bubuk Karo yang sebelumnya tidak memiliki identitas visual, kini difasilitasi untuk memiliki logo, desain *stiker*, dan kemasan yang lebih profesional. Motif *gorga* khas Karo seperti *peger peger* dan *bindu matagah* digunakan sebagai elemen visual utama dalam desain. Transformasi visual tersebut bukan hanya meningkatkan estetika produk, tetapi juga menanamkan nilai budaya yang memperkuat proposisi merek. Penggunaan motif *peger peger* membuka peluang untuk membangun *brand story* terkait makna filosofis produk sebagai “penjaga resep warisan leluhur” berhasil menggeser posisi produk UMKM dari persaingan berbasis harga menuju persaingan berbasis nilai.

Perubahan ini memperkuat daya tarik konsumen dan meningkatkan peluang produk untuk menjangkau pasar yang lebih luas melalui kanal digital. Namun demikian, hasil evaluasi juga menunjukkan beberapa keterbatasan dalam

implementasi program. Kendala utama yang dihadapi meliputi keterbatasan waktu pendampingan selama periode KKN, perbedaan tingkat literasi digital antar pelaku UMKM, serta keterbatasan akses terhadap perangkat dan jaringan internet yang memengaruhi konsistensi praktik pemasaran digital. Sebagian pelaku UMKM masih membutuhkan waktu adaptasi untuk menerapkan konsep *branding* berbasis narasi budaya secara berkelanjutan. Keterbatasan ini menunjukkan bahwa program pemberdayaan UMKM berbasis kearifan lokal memerlukan pendampingan lanjutan dan kolaborasi dengan pemangku kepentingan terkait, agar dampak yang dihasilkan dapat berkelanjutan dan lebih optimal.

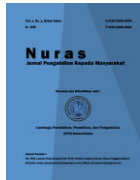


Gambar 2. Foto Bersama Pelaku UMKM.

Gambar 2 merepresentasikan keterlibatan aktif pelaku UMKM dalam seluruh rangkaian program pemberdayaan berbasis *Participatory Action Research* (PAR). Kehadiran pelaku UMKM dalam kegiatan bersama tim KKN menunjukkan terbangunnya relasi kemitraan yang setara antara mahasiswa dan masyarakat yang menjadi prasyarat utama keberhasilan proses pemberdayaan. Dokumentasi ini mencerminkan tingkat partisipasi dan penerimaan mitra terhadap program yang dilaksanakan yang berdampak positif pada efektivitas *transfer* pengetahuan serta keberlanjutan praktik *branding* dan pemasaran berbasis kearifan lokal.

SIMPULAN

Program pengabdian masyarakat melalui KKN di Desa Budaya Lingga menunjukkan bahwa pemberdayaan UMKM berbasis kearifan lokal efektif dalam mengatasi permasalahan utama UMKM, yaitu rendahnya kapasitas *branding* dan pemasaran yang menyebabkan potensi budaya belum termanfaatkan secara optimal. Implementasi program melalui tiga pilar utama lokakarya *branding* dan kemasan berbasis filosofi Karo, pelatihan pemasaran digital, serta pendampingan *storytelling* produk yang dirancang dengan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) berhasil meningkatkan kapasitas dan keterlibatan UMKM. Keberhasilan program tidak hanya terlihat pada *output* fisik berupa identitas visual dan peningkatan aktivitas promosi digital, tetapi juga pada perubahan pola pikir pelaku UMKM dari orientasi penjualan produk (*commodity mindset*) menuju orientasi nilai dan identitas (*brand mindset*). Pendekatan PAR terbukti berperan penting dalam menumbuhkan rasa kepemilikan dan partisipasi aktif mitra UMKM dalam proses pemberdayaan.



SARAN

Berdasarkan temuan ini, disarankan pentingnya konsistensi dari pelaku UMKM dalam menerapkan praktik yang telah dipelajari. Diperlukan juga dukungan berkelanjutan dari pemerintah desa untuk mengintegrasikan produk UMKM ke dalam ekosistem pariwisata, dan bagi program pengabdian selanjutnya untuk berfokus pada pendampingan di level yang lebih lanjut, seperti manajemen keuangan dan perluasan jaringan pasar (*reseller*).

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan kontribusi, sehingga kegiatan ini dapat diselesaikan dengan baik.

REFERENSI

- Eshananda, Y., Hilda, N. Z., Wuragil, A. K. M., Rahmawati, D. D., Cahyadi, M. R., Revalina, Z. A., Bintang, A. O., Albani, M. R. D., Febriani, U., Pratama, Y., Anur, A. D., Muzaki, S. A., & Sugiharto, S. (2025). Inisiasi dan Pemberdayaan Masyarakat melalui Pembentukan Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) di Desa Cipaku, Kecamatan Mrebet, Kabupaten Purbalingga. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 5(6), 2579-2590. <https://doi.org/10.54082/jamsi.2142>
- Ibo, H., Augustinah, F., & Sunarya, A. (2025). Pemberdayaan UMKM Berbasis Kearifan Lokal : Studi Kasus Program Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian dan Perdagangan Puncak Jaya Kabupaten Puncak Jaya Papua Tengah. *Gudang : Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 3(7), 30-37. <https://doi.org/10.59435/gjmi.v3i7.1693>
- Kalis, M. C. I., Hendri, M. I., & Safitri, H. (2023). Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Kearifan Lokal dalam Mendukung Perekonomian Daerah Pasca Pandemi Covid-19. *MBIA*, 22(2), 230-244. <https://doi.org/10.33557/mbia.v22i2.2384>
- Morales, M. P. E. (2020). Participatory Action Research (PAR) Cum Action Research (AR) in Teacher Professional Development: A Literature Review. *International Journal of Research in Education and Science*, 2(1), 156-165. <https://doi.org/10.21890/ijres.01395>
- Nugroho, R. H., & Andarini, S. (2020). Strategi Pemberdayaan UMKM di Pedesaan Berbasis Kearifan Lokal di Era Industri 4.0 Menuju Era Society 5.0. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 1(1), 93-109. <https://doi.org/10.33005/jbi.v1i01.1743>
- Rahmawati, F., Sihombing, V. D. R., Fauziah, F., Astuti, T., & Redjeki, F. (2025). Implementasi E-Bussines dan Dampaknya terhadap Pertumbuhan UMKM. *RIGGS : Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(1), 249-254. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i1.402>
- Silalahi, R. H., & Khadry, M. (2024). Implementasi Pengelolaan Berkelanjutan di Desa Wisata Budaya Lingga Kabupaten Karo. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 5(1), 117-125. <https://doi.org/10.26858/je3s.v5i1.3012>
- Siswanto, B., Ibrahim, I., & Gursida, H. (2025). Akselerasi Pangsa Pasar UMKM



Nuras : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

E-ISSN 2808-2559; P-ISSN 2808-3628

Volume 6, Issue 1, January 2026; Page, 62-69

Email: nurasjournal@gmail.com

- Inovasi Rendah melalui Literasi AI *Marketing* di Desa Wisata Bojong Rangkas. *Center of Knowledge : Jurnal Pendidikan dan Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 335-349. <https://doi.org/10.51178/cok.v5i2.2968>
- Surbakti, A., & Albar, M. (2018). Rumah Tradisional Desa Budaya Lingga di Kabupaten Karo dalam Perspektif Pariwisata Budaya. *Talenta Conference Series : Local Wisdom, Social, and Arts*, 1(1), 138-143. <https://doi.org/10.32734/lwsa.v1i1.154>
- Wahyudi, A., Dwijokusilo, K., Pramudiana, I. D., Roekminiati, S., & Pramono, S. (2025). Local Culture-Based Tourism Development Strategy in Madura Regency: Potential and Challenges. *Naafi: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(1), 19-25. <https://doi.org/10.62387/naafijurnalilmiahmahasiswa.v1i1.71>