

Pemberdayaan Ekonomi Lokal Melalui Kerja Sama Dinas Koperindag dan Masyarakat Desa dalam Penguatan UMKM Desa Ria Bao, Kabupaten Lembata

¹⁾Marcho Van Roy Nahak, ²⁾Veronika Ina Assan Bora

^{1, 2)} Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Widya Mandira, Kupang, Indonesia
Email Corresponding: vanroy.2603@gmail.com, veronikainaassan@gmail.com

INFORMASI ARTIKEL

ABSTRAK

Kata Kunci:

Ekonomi Lokal
Kerja Sama
UMKM
Strategi
Pemasaran

Desa Ria Bao yang terletak di Kecamatan Nagawutung, Kabupaten Lembata, memiliki potensi ekonomi dari usaha makanan yang dikelola oleh usaha kecil, khususnya oleh para ibu rumah tangga. Namun, potensi ini belum sepenuhnya dimanfaatkan karena kurangnya pengetahuan dalam pemasaran, minimnya inovasi produk, dan ketergantungan pada bahan baku yang hanya tersedia pada waktu tertentu. Ketika bahan utama tidak ada, banyak usaha yang tidak dapat beroperasi, yang berdampak pada pendapatan masyarakat. Untuk mengatasi masalah ini, program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk menjalin kerja sama antara Dinas Koperasi dan Perdagangan Kabupaten Lembata bersama masyarakat Desa Ria Bao, guna meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam strategi memasarkan dan mengembangkan produk. Kegiatan dilakukan dengan cara yang melibatkan partisipasi, termasuk pelatihan, diskusi kelompok, dan praktik mengolah produk alternatif yang tetap bisa dijual meskipun di luar musim. Hasil dari program ini menunjukkan bahwa kolaborasi ini berhasil meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai pemasaran komunitas dan strategi inovatif dalam mengolah bahan lokal. Kerja sama antara berbagai sektor ini dianggap efektif untuk menjaga keberlanjutan usaha makanan di desa dan bisa diterapkan di desa lain yang memiliki karakteristik yang sama. Model ini menjadi contoh pendekatan untuk meningkatkan ekonomi lokal yang melibatkan kemitraan antara pemerintah dan masyarakat.

ABSTRACT

Keywords:

Local Economy
Cooperation
UMKM
Strategy
Marketing

Ria Bao Village, located in Nagawutung District, Lembata Regency, has economic potential from food businesses managed by small businesses, especially by housewives. However, this potential has not been fully utilized due to lack of knowledge in marketing, minimal product innovation, and dependence on raw materials that are only available at certain times. When the main ingredients are not available, many businesses cannot operate, which has an impact on community income. To overcome this problem, this community service program aims to establish cooperation between the Lembata Regency Cooperative and Trade Service and the Ria Bao Village community, in order to improve the ability of business actors in marketing strategies and developing products. Activities are carried out in a way that involves participation, including training, group discussions, and practices in processing alternative products that can still be sold even out of season. The results of this program show that this collaboration has succeeded in increasing community understanding of community marketing and innovative strategies in processing local ingredients. Collaboration between these various sectors is considered effective in maintaining the sustainability of food businesses in the village and can be applied in other villages with the same characteristics. This model is an example of an approach to improving the local economy that involves partnerships between the government and the community.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](#) license.



I. PENDAHULUAN

5902

Pemberdayaan ekonomi masyarakat lokal adalah aspek penting dalam pembangunan berkelanjutan yang menekankan pada keberlanjutan ekonomi, sosial, dan lingkungan. Konsep ini menekankan pentingnya memberdayakan masyarakat lokal untuk mengambil peran aktif dalam proses pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, dengan mempertimbangkan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Dalam kerangka pembangunan berkelanjutan, pemberdayaan ekonomi masyarakat lokal dianggap sebagai salah satu strategi kunci untuk mengurangi kemiskinan, meningkatkan kesejahteraan, dan mempromosikan inklusi sosial (Sinaga, 2024.) Di tengah tantangan dari globalisasi dan digitalisasi, desa-desa di daerah pulau seperti Desa Ria Bao di Kabupaten Lembata mengalami banyak keterbatasan dalam memasarkan produk unggulan mereka. Produk lokal seperti rumput laut, keripik singkong, keripik pisang, asinan asam, dan kain tenun memiliki potensi ekonomi yang besar, tetapi belum didukung oleh sistem pemasaran yang fleksibel dan akses yang luas ke pasar. Salah satu masalah yang sering dihadapi oleh masyarakat adalah tinggi rendahnya harga bahan baku, terutama pada saat panen atau ketika pasokan menurun di luar musimnya. Ketidakstabilan ini menghambat keberlangsungan produksi serta daya saing produk di pasar.

UMKM merupakan salah satu sektor ekonomi yang berperan penting dalam perekonomian desa . Pengaruh dari UMKM terhadap perekonomian juga dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti potensi desa , infrastruktur , kebijakan pemerintah , dan kerja sama antar UMKM desa (Rahman et al., 2024.). Dalam meningkatkan UMKM, perlu adanya kerja sama antara Dinas Koperasi dan UMKM,. Kerja sama adalah suatu ketertarikan usaha yang dilakukan secara langsung ataupun tidak langsung yang saling memperkuat dan menguntungkan para pelaku UMKM. Dinas koperindag merupakan salah satu pendorong industri kecil menengah untuk lebih maju dan berkembang. Dinas koperindag dibagi menjadi tiga bidang berdasarkan tugas dan fungsinya, yaitu Bidang Perindustrian, Bidang Perdagangan serta Bidang Pengawasan dan Perlindungan Konsumen. Bidang perindustrian bertugas menjalankan kegiatan yang berkaitan dengan sektor perdagangan baik perdagangan dalam negeri maupun perdagangan luar negeri (Nurzila et al., 2022.)

Menurut informasi dari Kementerian Koperasi dan UKM RI, pada tahun 2017, UMKM memiliki hampir seluruh bagian, yaitu sekitar 99,99%, dengan jumlah mencapai 62,9 juta unit, dari total seluruh pelaku bisnis di Indonesia. Di sisi lain, bisnis besar hanya mencakup 0,01% atau sekitar 5400 unit. Usaha mikro dapat menyerap sekitar 107,2 juta orang pekerja, yang merupakan 89,2% dari total tenaga kerja. Usaha Kecil menyerap 5,7 juta pekerja, atau 4,74%, sementara Usaha Menengah menyerap 3,73 juta orang, atau 3,11%. Di sisi lain, Usaha Besar menyerap sekitar 3,58 juta orang. Jika dijumlahkan, total UMKM di Indonesia menyerap sekitar 97% dari tenaga kerja nasional, sedangkan Usaha Besar menyerap sekitar 3% dari total pekerja di negara ini (Marlinah, 2020).

Pengembangan metode bisnis dan pemasaran yang kreatif dengan memanfaatkan teknologi digital, termasuk dalam bidang makanan tradisional seperti Lemang Tapai, terbukti dapat meningkatkan daya saing produk lokal dan memperluas area pemasaran. Pelatihan dan bimbingan untuk pelaku usaha kecil menunjukkan bahwa inovasi dalam produk dan kemasan, pemanfaatan media sosial, serta pemahaman tentang merek adalah aspek penting dalam mengubah usaha tradisional agar bisa bersaing di pasar modern. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan nilai ekonomis, tetapi juga memperkuat identitas budaya melalui produk-produk unggulan dari daerah.(Lestari dkk., 2025)

Keunikan ilmiah dari artikel ini terletak pada strategi kolaboratif yang menggabungkan peran Dinas Koperasi dan Perdagangan Kabupaten Lembata bersama kelompok masyarakat dalam merancang sistem pemasaran yang responsif terhadap musim, berbasis potensi lokal, dan menghargai nilai budaya. Pendekatan ini tidak hanya berfokus pada mempromosikan produk, tetapi juga menekankan pentingnya pelatihan untuk mengolah bahan mentah menjadi produk yang lebih bernilai dan tahan lama, sebagaimana ditegaskan dalam penelitian oleh (Ahmadfaidlul, 2024), bahwa pemberdayaan masyarakat melalui kolaborasi lintas sektor mampu meningkatkan nilai tambah produk lokal melalui pelatihan pengolahan dan strategi pemasaran digital yang adaptif terhadap kondisi wilayah dan musim.

Pernyataan kebaruan ilmiah dari artikel ini terletak pada strategi kerja sama yang melibatkan peran Dinas Koperasi dan Perdagangan Kabupaten Lembata dan anggota masyarakat untuk menciptakan sistem pemasaran yang peka terhadap perubahan musim, mengandalkan kekuatan lokal, dan mengedepankan nilai budaya. Selain menitikberatkan pada pemasaran produk, pendekatan ini juga menggarisbawahi pentingnya pendidikan dalam mengolah bahan mentah menjadi produk yang lebih berharga dan tahan lama. Penguatan ekonomi lokal menjadi salah satu langkah penting untuk perkembangan desa yang berkelanjutan. Dalam menghadapi tantangan globalisasi dan digitalisasi, desa-desa di pulau-pulau seperti Desa Ria Bao di Kabupaten Lembata

mengalami banyak kendala dalam memasarkan produk-produk unggulan mereka. Barang-barang lokal seperti rumput laut, keripik singkong, keripik pisang, asinan asam, dan kain tenun memiliki potensi ekonomi yang masih besar, tetapi belum memiliki sistem pemasaran yang adaptif dan akses pasar yang luas. Salah satu masalah yang sering dijumpai oleh masyarakat adalah tingginya fluktuasi harga bahan baku, terutama saat musim panen atau ketika pasokan sangat berkurang di luar musim tersebut. Ketidakpastian ini menghalangi keberlanjutan produksi dan daya saing produk di pasar.

Kerja sama antara pemerintah daerah dan warga dapat meningkatkan cara penyebaran dan iklan untuk produk lokal. Namun, banyak kajian sebelumnya belum membahas secara rinci mengenai kondisi geografis di desa-desa yang berada di kepulauan serta masalah ekonomi yang berkaitan dengan bahan baku yang tidak stabil, yang merupakan karakteristik dari daerah seperti Lembata. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya untuk menutupi kekurangan tersebut dengan mengusulkan metode inovatif yang menggabungkan pemasaran yang dapat beradaptasi dengan penguatan institusi setempat, serta penyesuaian terhadap perubahan ketersediaan bahan baku. Ini sejalan dengan penemuan (Najmudin dan Sunyoto,2025) yang menekankan pentingnya pendekatan yang melibatkan partisipasi masyarakat dan kerja sama dalam mengembangkan usaha kecil dan menengah berbasis potensi lokal, termasuk keterlibatan aktif warga dalam memperkuat organisasi bisnis, digitalisasi pemasaran, dan penyesuaian terhadap perubahan sumber daya lokal yang bersifat musiman dan terbatas. Penelitian oleh Mahayani dan rekan-rekan menekankan bahwa keberhasilan dalam memberdayakan UMKM tidak hanya bergantung pada program pelatihan dan sarana promosi, tetapi juga pentingnya penguatan struktur organisasi dan kerja sama antara berbagai pihak secara strategis. Di Kabupaten Tabanan, strategi yang dibuat oleh Dinas Koperasi dan UKM mencakup analisis potensi lokal secara teratur dan melibatkan komunitas untuk menciptakan model usaha yang kuat dalam menghadapi tantangan lokasi dan perubahan pasar (Ayu dkk., 2024)

Kontribusi baru dari artikel ini terletak pada cara bekerja sama yang mengombinasikan peran Dinas Koperasi dan Perdagangan Kabupaten Lembata dengan kelompok masyarakat untuk merancang sistem pemasaran yang responsif terhadap perubahan musim, memanfaatkan potensi lokal, dan menghargai nilai-nilai budaya. Metode ini tidak hanya fokus pada mempromosikan produk, tetapi juga menekankan pentingnya pendidikan tentang bagaimana mengolah bahan mentah menjadi produk yang lebih bernilai dan tahan lama. Permasalahan utama yang ingin dibahas dalam penelitian ini adalah: Bagaimana cara menciptakan kerja sama yang sukses antara pemerintah daerah dan masyarakat untuk meningkatkan pemasaran produk lokal di tengah kondisi sumber daya yang terbatas dan perubahan pasokan bahan baku? Apakah pendekatan yang fleksibel bisa diterapkan di daerah kepulauan dan ekonomi musiman seperti di Desa Ria Bao?

Tujuan dari artikel ini adalah untuk menginvestigasi dan menjelaskan cara-cara memberdayakan masyarakat melalui penguatan sistem pemasaran produk lokal yang dapat beradaptasi, yang berfokus pada potensi terbaik desa serta membangun kerja sama antara masyarakat dan Dinas Koperindag untuk mendukung pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

II. MASALAH

Lokasi Desa Ria Bao



Gambar 1. Desa Ria Bao

A. Kondisi Geografis Desa

Desa Ria Bao merupakan salah satu desa di Kecamatan Nagawutung Kabupaten Lembata, Provinsi Nusa Tenggara Timur, memiliki luas 6,10 km². Secara geografis Desa Ria Bao berbatasan dengan wilayah sebagai berikut: (1) Sebelah Utara, berbatasan dengan Selat Lamakera dan Selat Boleng; (2) Sebelah Timur, berbatasan dengan Desa Duawutun; (3) Sebelah Selatan, berbatasan dengan Desa Penekenek; (4) Sebelah Barat, Berbatasan dengan Desa Babokerong.

B. Kondisi Demografi

Jumlah Penduduk Pada tahun 2024 jumlah penduduk Desa Ria Bao adalah 727 jiwa, yang terdiri atas 333 jiwa laki-laki dan 394 jiwa perempuan. Kalau dihitung berdasarkan jumlah Kepala Keluarga (KK), desa ini dihuni oleh 227 KK.

C. Kondisi Ekonomi

Sebagian besar masyarakat di Desa Ria Bao berprofesi sebagai petani dan nelayan. Kegiatan pertanian di desa ini masih menggunakan alat-alat tradisional, sehingga pertumbuhan ekonominya belum maksimal, meskipun tanahnya cukup subur. Selain itu, potensi dalam peternakan juga bervariasi, termasuk kambing, babi, sapi, dan ayam. Karena desa ini terletak di tepi pantai, maka sumber daya lautnya melimpah, seperti ikan dan budidaya rumput laut yang subur. Jika dikelola dengan baik, sumber daya ini bisa menjadi mata pencarian dan meningkatkan ekonomi masyarakat.

D. Kondisi Sosial Budaya

Tradisi dan Budaya Adat Lamaholot Desa Ria Bao sangat kental dengan berbagai Ritual dan Seremonial dan tidak terlepas dari sejarah Desa Ria Bao adalah Masyarakat Desa memiliki dua arah cara pandang yaitu budaya lamaholot dan juga budaya atadei namun tetap satu arah dan tujuan untuk membangun Budaya dan Adat Lamaholot

Desa Ria Bao, yang terletak di Kecamatan Nagawutung, Kabupaten Lembata, memiliki kekayaan alam berupa hasil pertanian seperti pisang, singkong, dan kelapa, serta hasil laut seperti ikan dan rumput laut. Penduduk desa sebagian besar bekerja sebagai petani, nelayan, dan pengusaha kuliner rumahan. Namun, penggunaan potensi ini masih terbatas karena sulitnya akses pasar, kurangnya pemahaman strategi pemasaran, ketergantungan pada cuaca, dan kurangnya inovasi produk. Walaupun begitu, semangat kewirausahaan masyarakat, terutama para ibu rumah tangga, adalah modal utama yang bisa ditingkatkan melalui kerja sama dengan pemerintah daerah.

III. METODE

Dari hasil pengamatan dan keterlibatan langsung di Desa Ria Bao, Kecamatan Nagawutung, Kabupaten Lembata, terlihat bahwa warga, terutama para ibu yang menjalankan usaha makanan, sangat bersemangat untuk mengembangkan produk lokal. Namun, mereka masih menghadapi beberapa masalah dalam pemasaran dan inovasi produk, terutama ketika bahan baku utama tidak ada. Untuk mengatasi masalah ini, kegiatan pengabdian dilaksanakan dengan cara observasi partisipatif, pelatihan langsung, dan pendampingan intensif kepada masyarakat yang menjadi target. Program ini dirancang dengan pendekatan partisipatif, yang menekankan peran aktif masyarakat dalam setiap tahap, mulai dari persiapan hingga evaluasi.

Adapun langkah-langkah dalam kegiatan pengabdian meliputi:

1. Tahap Persiapan

- a) Mengenali kelompok Sasaran, yaitu para ibu yang menjalankan usaha makanan dan UMKM kecil di desa.
- b) Berkoordinasi dengan Dinas Koperasi dan Perdagangan dan juga perangkat desa untuk menentukan waktu dan tempat pelatihan.
- c) Mengumpulkan informasi awal tentang jenis usaha yang dijalankan warga, kendala pemasaran, dan cara produksi mereka, melalui wawancara dan diskusi kelompok kecil.
- d) Berkoordinasi kembali dengan dinas koperasi dan perdagangan kabupaten Lembata mengenai materi yang akan dibawakan yang mencakup strategi pemasaran sederhana, cara membuat variasi produk, dan teknik dasar dalam pengemasan.

2. Tahap Pelaksanaan

- a) Mengadakan pelatihan di balai desa dengan peserta sekitar 20 orang ibu rumah tangga dan pelaku usaha kecil.

- b) Materi pelatihan disampaikan dengan cara interaktif, seperti latihan membuat variasi produk baru dari bahan yang ada ketika tidak ada musim, serta strategi penjualan produk melalui media sosial dan jaringan lokal.
- c) Mengadakan diskusi kelompok untuk merancang ide produk baru dan menentukan strategi pemasaran yang sesuai dengan karakter desa.
- d) Melakukan sesi praktik langsung, di mana peserta membuat produk baru menggunakan bahan yang ada saat pelatihan.

3. Tahap Evaluasi

- a) Melakukan observasi langsung terhadap hasil kegiatan, yaitu sejauh mana peserta dapat memahami materi dan membuat variasi produk serta strategi penjualannya.
- b) Melakukan diskusi reflektif untuk menilai dampak kerja sama antara masyarakat dan Dinas Koperindag dalam meningkatkan kapasitas usaha mereka.
- c) Menyusun laporan dan rekomendasi tindak lanjut, termasuk saran untuk pelatihan lanjutan dan pembentukan kelompok usaha yang lebih terstruktur.

Kegiatan ini menggunakan bahan olahan lokal, seperti pisang, kelapa, dan singkong sebagai bahan utama untuk contoh diversifikasi produk. Alat yang digunakan cukup sederhana, termasuk kompor, alat penggoreng, dan pengemas plastik, serta bahan tambahan seperti bumbu balado dan cokelat bubuk. Seluruh proses dilakukan selama lima hari dengan metode pembelajaran yang kolaboratif dan berbasis praktik langsung.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan menunjukkan bahwa terdapat peningkatan kemampuan para pelaku UMKM dalam memproduksi dan menjual produk lokal secara mandiri. Dari 20 peserta yang ada, sebanyak 75% berhasil menciptakan setidaknya satu varian baru dari produk olahan lokal, seperti keripik pisang dengan rasa cokelat dan pedas balado, serta asinan asam yang dikemas ulang menggunakan plastik vakum sederhana. Selain itu, sekitar 60% peserta mulai memanfaatkan WhatsApp Group dan media sosial lokal sebagai alat promosi setelah mengikuti pelatihan.

Temuan ini menunjukkan bahwa kerjasama antara Dinas Koperindag dan masyarakat telah terbukti efektif dalam meningkatkan rasa percaya diri dan kemampuan para pelaku usaha desa. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian (Ahmadfaidlul, 2024), yang menyoroti signifikansi pelatihan yang adaptif dan berbasis lokal dalam mengurangi ketergantungan pada musim panen.

Ketika dibandingkan dengan program pengabdian masyarakat yang serupa di Desa Nembel (Idayu & Husni, 2021), pendekatan yang melibatkan partisipasi langsung dari dinas dan pelatihan yang praktis terbukti lebih berkelanjutan. Ini karena peserta tidak hanya mendapatkan teori, tetapi juga pengalaman praktis yang relevan dengan konteks lokal.

Dengan menggabungkan data dari observasi dan praktik lapangan, pembahasan ini menegaskan bahwa keberhasilan dalam memberdayakan UMKM harus diukur tidak hanya dari hasil produk, tetapi juga dari perubahan cara pandang para pelaku usaha terhadap manajemen usaha kecil yang berbasis komunitas dan memanfaatkan sumber daya lokal. Program ini menggunakan pendekatan yang melibatkan partisipasi, di mana masyarakat ikut serta secara aktif dalam setiap fase kegiatan, mulai dari menentukan kebutuhan, merancang pelatihan, hingga menilai hasil. Peran Dinas Koperindag sangat penting untuk memastikan bahwa materi yang diajarkan sesuai dengan kebutuhan pasar dan potensi yang ada di desa.

1. Tahap Persiapan

- a) Penentuan kelompok yang menjadi fokus dilakukan melalui pengamatan dan diskusi awal, yang melibatkan warga desa yang terlibat dalam usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), khususnya pengolah keripik pisang, keripik singkong, dan produk rumput laut.
- b) Mahasiswa bekerja sama dengan perangkat desa dan Dinas Koperindag untuk menentukan waktu, lokasi, dan materi pelatihan yang akan diberikan.
- c) Pengumpulan data awal dilakukan melalui wawancara partisipatif dan survei kecil mengenai masalah dalam produksi dan distribusi produk lokal.
- d) Mahasiswa dan Dinas Koperindag bersama-sama menyusun materi pelatihan, mencakup teknik sederhana kemasan, strategi pemasaran digital, dan manajemen usaha kecil berbasis rumah.

2. Tahap Pelaksanaan

- a. Sosialisasi diadakan di balai posyandu tumbuk rajan Desa Ria Bao, yang dihadiri oleh staf dinas koperasi dan perdagangan kabupaten lembata yaitu Bapak Fransiskus X. Lawe Maing, ST. jabatan fungsional sebagai penyuluh perindustrian dan pelaku usaha UMKM Desa Ria Bao, Tim Penggerak PKK, kelompok kuliner dan juga tokoh pemuda Desa Ria Bao.
- b. Materi dipaparkan oleh mahasiswa dan staf Dinas Koperindag dengan cara interaktif dan disesuaikan dengan metode yang cocok untuk konteks lokal desa.
- c. Pelatihan juga mencakup praktik langsung dalam membuat berbagai produk dari bahan lokal dan simulasi penjualan melalui media sosial dan pasar desa.
- d. Peserta diajak untuk membentuk kelompok usaha kecil agar kerja sama antar warga dapat terus berlanjut, serta produk dapat dipasarkan secara bersama-sama.

3. Tahap Evaluasi

- a. Pengamatan langsung dilakukan untuk melihat sejauh mana peserta mengerti dan mampu menerapkan materi yang diajarkan.
- b. Diskusi evaluasi dengan peserta, mahasiswa, dan perwakilan dari Koperindag diadakan untuk menilai dampak kegiatan dan mengidentifikasi tantangan yang ada di lapangan.
- c. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan pengetahuan peserta mengenai pengemasan, penjualan, dan kerja sama kelompok usaha. Rekomendasi diberikan untuk pelatihan lanjutan dan pengembangan program ke produk lain seperti asinan dan kain tenun.

Kegiatan ini menunjukkan bahwa kolaborasi antara mahasiswa dan Dinas Koperindag dapat menciptakan model pemberdayaan masyarakat desa yang efektif, berkelanjutan, serta relevan dengan potensi yang ada. Sinergi antara dukungan berbasis akademik dan kebijakan dari pemerintah daerah menjadi kekuatan utama dalam membangun kemandirian ekonomi masyarakat desa.



Gambar 1. Pemaparan Materi



Gambar 2 pelatihan pembuatan produk dan foto bersama

V. KESIMPULAN

Hasil dari kegiatan dari pengabdian kemasyarakatan yang dilakukan oleh mahasiswa MBKM Universitas Widya Mandira Kupang, fakultas ilmu sosial dan politik yang berkolaborasi dengan pemerintah daerah kabupaten Lembata di desa ria bao kecamatan nagawutung kabupaten lembata berjalan dengan baik dari proses observasi sampai dengan selesai. Pelaku UMKM kecil di desa ria bao tepatnya kelompok kuliner di desa ria bao sangat antusias mengikuti kegiatan sosialisasi ini, seluruh peserta yang mengikuti kegiatan ini diharapkan bisa bermanfaat kepada usaha yang sedang mereka kembangkan saat ini dan juga semoga hubungan antara dinas koperasi dan perdagangan kabupaten lembata bersama masyarakat desa ria bao tepatnya pelaku UMKM dapat berkelanjutan dan memberikan dampak yang baik bagi perekonomian desa ria bao.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan menyelesaikan penulisan ini, penulis mengucapkan terima kasih dengan segalah puji dan syukur ke hadirat Tuhan yang maha esa, karena atas berkat dan penyertaannya segala kegiatan kami dapat berjalan dengan lancar, ucapan terima kasih juga kepada Fakultas ilmu sosial dan politik, program studi ilmu pemerintahan karena sudah menyelenggarakan kegiatan MBKM, Ucapan terima kasi juga pemerintah kecamatan nagawutung dan pemerintah desa ria bao karena sudah menyambut kami dengan lembut dan dapat menerima kami dengan baik sehingga kami dapat menyelesaikan kegiatan kami dan juga ucapan terima kasih kepada pemerintah daeretnya dinas koperasi dan perdagangan kabupaten lembata karena sudah bersedia berkolaborasi dengan mahasiswa dan melancarkan kegiatan penulis. Akhir kata , semoga jurnal ini bermanfaat bagi semua pihak dan semoga amal baik yang telah diberikan mendapatkan balasan dari Tuhan Yesus dan Bunda Maria.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambarini, M. (2017). *Dampak Fluktuasi Harga Kedelai Impor Terhadap Jumlah Produksi Tempe pada Industri Tempe Sumber Rejeki di Kelurahan Lor Kecamatan Patrang Kabupaten Jember Periode 2013-2015*.
- Ahmadfaidlul, A. (2024). *Strategi Pemberdayaan Umkm Berbasis Potensi Lokal Untuk Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Desa Ranugedang Kabupaten Probolinggo*. *Jurnal Pemberdayaan: Publikasi Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 187–193. <https://doi.org/10.47233/jpmittc.v3i2.2314>
- Ayu, I., Mahayani, A., Putu, I., Yudartha, D., Putu, N., & Prabawati, A. (2024). *Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro,Kecil,dan Menengah (UMKM) di dinas koperasi dan UKM Kabupaten Tabanan Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) Empowerment Strategy at the Tabanan Regency Cooperative and SME Department. Dalam Business and Investment Review (BIREV) (Vol. 2, Nomor 1)*. Online. <https://lgdpublishing.org/index.php/birev>
- DAN PERDAGANGAN DALAM MENINGKATKAN UMKM KECAMATAN BINTAN TIMUR Nurzila, P. DI, Niadaniati, P., Maritim Raja Ali Haji, U., & Kunci, K. (t.t.). *PENTINGNYA POLA KEMITRAAN DINAS KOPERASI, USAHA MIKRO*.
- Idayu, R., Husni, M., & Suhandi, S. (2021). *Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten*. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 7(1), 73-85.
- Lestari, E. S., Fauziah, D., Rahmahnuсиya, E. T., Aszrahrah, R., & Hasanah, U. (2025). *Strategi Bisnis dan Pemasaran Inovatif untuk Lemang Tapai sebagai Kuliner Tradisional Bernilai Ekonomis*. *Mestaka: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 216–222. <https://doi.org/10.58184/mestaka.v4i3.659>
- Marlinah, L. (2020). Peluang dan Tantangan UMKM Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional. Dalam *Jurnal Ekonomi* (Vol. 22, Nomor 2).
- Mahayani, I. A. A., Yudartha, I. P. D., & Prabawati, N. P. A. (2024). *Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di dinas koperasi dan UKM Kabupaten Tabanan*. *Business and Investment Review*, 2(1), 95-107.
- Najmudin, M., & Sunyoto, D. (2025). *STRATEGI PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT DESA MELALUI PENGEMBANGAN UMKM BERBASIS POTENSI LOKAL DI DESA SENDANGADI, MLATI, SLEMAN*. J-ABDI: *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(11), 2311-2318.
- Primandari, N. R., & Sari, E. K. (2023). *Strategi Pengembangan UMKM*. Deepublish.
- Rahmadani, R. D., & Subroto, W. T. (2022). Analisis strategi pengembangan UMKM Kabupaten Sidoarjo di masa pandemi Covid-19. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*, 10(2), 167-181
- Rahman, S., rahmayanti, F., & Makassar Maju, S. (t.t.). *PERANAN UMKM BAGI MASYARAKAT DESA BONTO DAENG*. <https://www.papayan.desa.id/desa->
- Sinaga, K. (t.t.). *PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT LOKAL DALAM PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN: TINJAUAN SOSIOLOGIS*.

- Tadjuddin, T., & Mayasari, N. (2019). Strategi pengembangan umkm berbasis ekonomi kreatif di kota palopo. *Dinamis: Journal of Islamic Management and Business*, 2(1).
- Rahmadani, R. D., & Subroto, W. T. (2022). Analisis strategi pengembangan UMKM Kabupaten Sidoarjo di masa pandemi Covid-19. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*, 10(2), 167-181.
- Idayu, R., Husni, M., & Suhandi, S. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 7(1), 73-85..