*Jurnal Pengabdian Aceh, Volume 6, Nomor 4, Desember 2026, halaman 382–389*

# Pemberdayaan UMKM di Gampong Aneuk Laot Kota Sabang

**Farid, Chairil Anwar, Ahmad Nizam, Nabilah, Zaida Rizqi Zainul, Sophia Imari, Fakhri Ramadhan, Nasrul Hadi, Khairun Amala, Uly Handayani Mukhra**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Syiah Kuala, Banda Aceh, Indonesia

Email Korespondensi: farid_semm@usk.ac.id

| Received: 01-11-2026 | Revised: 09-11-2026 | Accepted: 12-11-2026 |
|---|---|---|
| | | |

*Abstrak*

*Program pemberdayaan UMKM ini dilaksanakan di Gampong Aneuk Laot, Kecamatan Sukakarya, Kota Sabang, dengan tujuan meningkatkan kapasitas pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah melalui penguatan branding, inovasi kemasan, komunikasi bisnis, literasi keuangan, dan akses pembiayaan. Kegiatan ini dilatarbelakangi oleh kondisi UMKM lokal yang memiliki potensi besar, terutama dalam mendukung sektor pariwisata berbasis budaya, namun masih menghadapi kendala dalam hal identitas produk, kemasan yang kurang menarik, keterbatasan pemahaman keuangan, serta akses permodalan yang terbatas. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif-edukatif melalui pelatihan, workshop, pendampingan, dan praktik langsung. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman peserta mengenai strategi branding, teknik desain kemasan, komunikasi pemasaran, pengelolaan keuangan usaha, serta prosedur pengajuan pembiayaan. Diharapkan program ini dapat mendorong pertumbuhan UMKM yang lebih mandiri, berdaya saing, dan berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat Gampong Aneuk Laot secara berkelanjutan.*

## Abstract

*This MSME empowerment program was conducted in Gampong Aneuk Laot, Sukakarya District, Sabang City, aiming to enhance the capacity of micro, small, and medium enterprise actors through strengthening branding, packaging innovation, business communication, financial literacy, and access to financing. The activity was motivated by the condition of local MSMEs that have great potential, especially in supporting the culture-based tourism sector, yet still face obstacles in terms of product identity, unattractive packaging, limited financial understanding, and restricted access to capital. The implementation method used a participatory-educational approach through training, workshops, mentoring, and hands-on practice. The results showed increased participants' understanding of branding strategies, packaging design techniques, marketing communication, business financial management, and financing application procedures. This program is expected to encourage the growth of more independent, competitive MSMEs and contribute to improving the welfare of the Gampong Aneuk Laot community sustainably.*

***Keywords:*** *MSME empowerment; branding; packaging innovation; financial literacy; access to financing; Gampong Aneuk Laot*

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, terutama sebagai penopang lapangan kerja dan penggerak ekonomi lokal. Di wilayah pedesaan dan kawasan wisata, UMKM sering kali menjadi tulang punggung perekonomian masyarakat karena mampu menyerap tenaga kerja sekaligus memperkuat identitas lokal melalui produk-produk khas daerah. Namun demikian, pengembangan UMKM di banyak daerah masih menghadapi berbagai tantangan, mulai dari keterbatasan kapasitas sumber daya manusia, lemahnya strategi pemasaran, hingga minimnya akses terhadap pembiayaan yang memadai (Arianto et al., 2022).

Gampong Aneuk Laot merupakan salah satu desa wisata di Kecamatan Sukakarya, Kota Sabang, yang memiliki potensi ekonomi berbasis budaya dan pariwisata. Desa ini dikenal sebagai desa wisata berbasis adat dan budaya dengan berbagai produk lokal seperti kue tradisional, anyaman daun kelapa, dan kuliner khas. Sejak ditetapkan sebagai desa wisata, Aneuk Laot telah meraih berbagai penghargaan, termasuk masuk dalam 75 besar Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) tahun 2023 (Kemenparekraf, 2023). Potensi ini seharusnya dapat menjadi fondasi kuat bagi pertumbuhan UMKM lokal, namun masih terdapat kesenjangan antara potensi yang tersedia dengan kapasitas pelaku usaha dalam mengelola dan memasarkan produk mereka secara optimal, terutama dalam aspek branding dan kualitas kemasan yang menjadi penentu daya saing produk di pasar modern (Kementerian Perdagangan RI, 2025).

Beberapa permasalahan mendasar yang diidentifikasi pada UMKM di Gampong Aneuk Laot meliputi: pertama, lemahnya identitas merek (branding) yang menyebabkan produk kurang memiliki daya pembeda di pasar. Kedua, kemasan produk yang masih sederhana dan belum mencerminkan nilai produk yang sesungguhnya, sehingga kurang menarik bagi wisatawan. Ketiga, keterbatasan kemampuan komunikasi bisnis, khususnya dalam memanfaatkan media digital untuk promosi dan penjualan. Keempat, rendahnya literasi keuangan yang berdampak pada pengelolaan keuangan usaha yang tidak terstruktur. Kelima, terbatasnya akses pembiayaan untuk pengembangan usaha (Dewi, 2024; Fluhrer dan Brahm, 2026; Hilmawati dan Kusumaningtias (2021).

Data dari DPRK Sabang menunjukkan bahwa jumlah UMKM yang terdata di Kota Sabang mencapai 9.220 unit usaha, namun data tersebut masih memerlukan verifikasi ulang karena ditemukan ketidaksesuaian di lapangan (DPRK Sabang, 2026). Hal ini mengindikasikan bahwa masih banyak UMKM yang belum terkelola secara optimal dan membutuhkan pembinaan yang tepat sasaran. Sementara itu, penelitian mengenai pembiayaan mikro di Kota Sabang menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang mengalami keterbatasan modal usaha, dan mereka yang menggunakan pembiayaan mikro dari lembaga keuangan syariah mengalami perkembangan usaha yang lebih baik dibandingkan yang tidak mengaksesnya (Pratiwi, 2023).

Dari sudut pandang yang lebih makro, peran UMKM dalam perekonomian nasional juga tidak dapat diabaikan. Berdasarkan data OJK Institute (2025), jumlah UMKM di Indonesia pada tahun 2025 mencapai sekitar 65,5 juta unit usaha, dengan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 61,9%, serta mampu menyerap lebih dari 119 juta tenaga kerja atau sekitar 97% dari total angkatan kerja nasional. Namun demikian, kontribusi UMKM terhadap ekspor nasional masih tergolong rendah, yakni hanya sekitar 15,7%, yang mengindikasikan bahwa daya saing pasar, kualitas produk, dan pemanfaatan digitalisasi UMKM masih menyisakan ruang perbaikan yang cukup besar. Data pada tingkat nasional ini menegaskan urgensi penguatan kapasitas UMKM, sekaligus menunjukkan bahwa persoalan branding, kemasan, literasi keuangan, dan akses pembiayaan yang dihadapi Gampong Aneuk Laot bukanlah fenomena lokal yang berdiri sendiri, melainkan bagian dari tantangan umum perkembangan UMKM di Indonesia.

Edukasi dan pendampingan UMKM melalui pelatihan branding, kemasan, dan literasi keuangan terbukti mampu meningkatkan kapasitas pelaku usaha dalam mengelola bisnis mereka. Program

pemberdayaan yang bersifat partisipatif mendorong pelaku UMKM untuk lebih mandiri dan berdaya saing (Somad & Rahmanita, 2025). Selain itu, penguatan aspek digitalisasi dan akses pembiayaan menjadi kunci dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan keberlanjutan usaha (Tshikovhi et al., 2025).

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan program pemberdayaan yang komprehensif dan terintegrasi untuk memperkuat kapasitas UMKM di Gampong Aneuk Laot. Program ini diharapkan tidak hanya memberikan pengetahuan teoretis, tetapi juga keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan oleh pelaku usaha dalam menjalankan dan mengembangkan bisnis mereka. Sebagai kontribusi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, mahasiswa Program Bina Desa melakukan kegiatan pemberdayaan UMKM di Gampong Aneuk Laot melalui pelatihan dan pendampingan yang mencakup lima aspek utama: branding, inovasi kemasan, komunikasi bisnis, literasi keuangan, dan akses pembiayaan.

## METODE

Kegiatan pemberdayaan UMKM ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan partisipatif-edukatif yang menempatkan pelaku usaha sebagai subjek utama dalam proses pembelajaran. Partisipatif berarti melibatkan komunitas langsung dalam setiap langkah kegiatan, sehingga para peserta tidak hanya berperan sebagai penerima informasi, melainkan juga aktif dalam proses belajar. Di sisi lain, pendekatan edukatif mencakup penyampaian materi yang mudah dipahami serta relevan dengan situasi kehidupan sehari-hari masyarakat.

Pendekatan ini dipilih karena perubahan dalam perilaku usaha tidak bisa hanya dicapai melalui penyampaian informasi. Keterlibatan aktif masyarakat sangat penting agar mereka menyadari keuntungan dan urgensi penerapan strategi bisnis yang lebih baik. Dengan partisipasi dari masyarakat, diharapkan informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik dan diterapkan secara berkesinambungan.

**a. Lokasi dan Waktu Pelaksanaan**

Kegiatan pemberdayaan UMKM dilaksanakan di Gampong Aneuk Laot, Kecamatan Sukakarya, Kota Sabang. Pemilihan tempat berdasarkan pengamatan awal yang menunjukkan perlu adanya peningkatan kapasitas pelaku UMKM, khususnya terkait branding, kemasan, komunikasi bisnis, literasi keuangan, dan akses pembiayaan. Target dari kegiatan ini adalah pelaku UMKM, anggota PKK, pemuda desa, dan masyarakat yang memiliki usaha produktif di wilayah gampong.

**b. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan**

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui berbagai tahapan yang saling berhubungan, yaitu:

1. Tahap Pengamatan dan Penentuan Masalah

Langkah pertama dalam kegiatan ini adalah melakukan pengamatan langsung di lokasi untuk menilai kondisi UMKM serta perilaku pelaku usaha dalam menjalankan bisnis mereka. Pengamatan dilakukan dengan cara melihat produk yang dihasilkan, berinteraksi dengan perangkat desa, serta berkomunikasi dengan pelaku UMKM setempat.

Hasil dari pengamatan menunjukkan bahwa masih ada beberapa permasalahan yang perlu diperhatikan, seperti minimnya identitas merek pada produk, kemasan yang sederhana, pemasaran yang terbatas pada lingkaran lokal, pencatatan keuangan usaha yang belum dilakukan secara sistematis, dan sebagian besar pelaku usaha belum pernah mengakses pembiayaan formal. Temuan ini kemudian menjadi dasar dalam merancang materi pelatihan yang akan disampaikan kepada masyarakat.

2. Tahap Persiapan

Pada tahap ini dilakukan penyusunan materi pelatihan mengenai pemberdayaan UMKM yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat. Materi disusun dengan menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami sehingga dapat diterima oleh seluruh peserta. Selain itu, tim juga mempersiapkan media edukasi berupa modul pelatihan dan banner yang berisi informasi mengenai lima aspek utama pemberdayaan UMKM, yaitu:

1. Strategi branding dan identitas merek
2. Inovasi kemasan dan desain label
3. Komunikasi bisnis dan pemasaran digital
4. Literasi keuangan dan pencatatan usaha
5. Prosedur dan persyaratan akses pembiayaan

Modul dan banner tersebut dirancang dengan tampilan yang menarik dan dilengkapi gambar ilustratif agar mudah dipahami oleh masyarakat.

3. Proses Pelatihan dan Workshop

Proses pelatihan adalah bagian terpenting dari kegiatan layanan masyarakat ini. Aktivitas ini dilaksanakan melalui penyampaian materi secara langsung kepada masyarakat. Materi yang disampaikan mencakup definisi dan urgensi branding, teknik desain kemasan, strategi komunikasi bisnis, dasar-dasar literasi keuangan, serta prosedur akses pembiayaan.

Penyampaian materi dilakukan dengan cara interaktif agar peserta dapat mengajukan pertanyaan dan berdiskusi mengenai berbagai isu bisnis yang mereka hadapi. Pendekatan dialog ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman warga dan memberikan kesempatan kepada peserta untuk menemukan solusi terkait masalah usaha yang mereka hadapi dalam kehidupan sehari-hari. Pada sesi praktik, peserta diajak untuk merumuskan identitas merek produk mereka masing-masing, melakukan praktik desain label sederhana, serta berlatih mencatat transaksi keuangan usaha.

4. Proses Pendampingan dan Monitoring

Sebagai langkah untuk memperkuat hasil pelatihan, dilakukan pendampingan lanjutan untuk memastikan peserta dapat mengimplementasikan pengetahuan yang diperoleh. Pendampingan difokuskan pada penerapan branding dan kemasan pada produk aktual, serta pendampingan penyusunan proposal pengajuan pembiayaan bagi peserta yang berminat mengakses modal usaha. Pendampingan ini bertujuan untuk membangun kesadaran dan kemandirian pelaku UMKM secara berkelanjutan.

## HASIL DAN PENCAPAIAN SASARAN

Kegiatan pemberdayaan UMKM yang berlangsung di Gampong Aneuk Laot difokuskan pada peningkatan kapasitas pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah melalui penguatan branding, inovasi kemasan, komunikasi bisnis, literasi keuangan, dan akses pembiayaan. Kegiatan ini dimulai dengan sosialisasi yang menyampaikan beragam informasi mengenai pentingnya membangun identitas merek, mendesain kemasan yang menarik, mengelola komunikasi bisnis, mengelola keuangan usaha, serta mengakses pembiayaan untuk pengembangan usaha. Materi yang diajarkan mencakup lima aspek utama pemberdayaan UMKM yang terdiri dari strategi branding dan identitas merek, inovasi kemasan dan desain label, komunikasi bisnis dan pemasaran digital, literasi keuangan dan pencatatan usaha, serta prosedur dan persyaratan akses pembiayaan.

Proses pelatihan berjalan dengan baik dan mendapat tanggapan positif dari masyarakat. Saat acara berlangsung, para peserta menunjukkan minat yang tinggi dengan aktif mengikuti pemaparan materi serta terlibat dalam sesi diskusi dan tanya jawab. Interaksi yang terjadi selama pelatihan menunjukkan bahwa masyarakat sangat peduli terhadap pengembangan usaha mereka dan ingin mendapatkan informasi yang bermanfaat untuk diterapkan sehari-hari. Melalui kegiatan ini,

masyarakat memperoleh pemahaman yang lebih dalam mengenai arti penting branding, kemasan, komunikasi bisnis, literasi keuangan, dan akses pembiayaan sebagai langkah untuk meningkatkan kualitas usaha dan kesejahteraan.




Gambar 1. Pembukaan PkM di Kantor Walikota Sabang

Peserta pelatihan menunjukkan peningkatan pemahaman yang signifikan mengenai pentingnya identitas merek dan kemasan produk. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta menganggap kemasan hanya sebagai wadah pelindung produk. Setelah pelatihan, peserta memahami bahwa kemasan berfungsi sebagai media komunikasi yang dapat meningkatkan nilai jual dan daya tarik produk. Beberapa peserta berhasil mendesain ulang kemasan produk mereka dengan lebih menarik, mencantumkan informasi produk, dan menambahkan elemen identitas lokal Aneuk Laot sebagai pembeda. Hal ini sejalan dengan temuan Tshikovhi et al. (2025) yang menyatakan bahwa penguatan branding dan kemasan mampu meningkatkan nilai tambah produk lokal Sabang.

Pada aspek komunikasi bisnis, peserta dilatih untuk membuat konten promosi sederhana, memanfaatkan foto produk yang menarik, dan mengelola komunikasi dengan pelanggan melalui media sosial. Beberapa peserta yang sebelumnya hanya mengandalkan penjualan langsung mulai mencoba memasarkan produk melalui platform digital. Hal ini sejalan dengan penekanan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dalam kunjungannya ke Desa Wisata Aneuk Laot yang menekankan pentingnya mendigitalisasi proses usaha dan mengangkat pengrajin UMKM ke platform digital (Kemenparekraf, 2023).

Aspek literasi keuangan menjadi salah satu komponen penting dalam program ini. Peserta dilatih untuk memahami perbedaan antara keuangan pribadi dan keuangan usaha, melakukan pencatatan transaksi sederhana, serta menghitung harga pokok produksi dan margin keuntungan. Beberapa peserta mengungkapkan bahwa sebelumnya mereka tidak pernah melakukan pencatatan keuangan secara terpisah, sehingga sulit mengetahui apakah usaha mereka benar-benar menguntungkan. Peningkatan literasi keuangan ini diharapkan dapat mendorong pengelolaan usaha yang lebih profesional dan berkelanjutan (Pratiwi, 2023).




Gambar 2. Pelaksanaan PkM di Gampong Aneuk Laout

Sesi mengenai akses pembiayaan memberikan informasi kepada peserta mengenai berbagai skema pembiayaan yang tersedia, termasuk pembiayaan mikro dari lembaga keuangan syariah. Narasumber dari lembaga keuangan menjelaskan persyaratan dan prosedur pengajuan pembiayaan, termasuk pentingnya memiliki catatan keuangan yang baik sebagai salah satu syarat kelayakan. Penelitian di Kota Sabang menunjukkan bahwa pelaku UMKM yang mengakses pembiayaan mikro mengalami perkembangan usaha yang lebih baik, dengan kemampuan memperluas jaringan pemasaran hingga ke supermarket (Pratiwi, 2023). Program ini berhasil memfasilitasi beberapa peserta untuk memahami prosedur pengajuan pembiayaan dan menyiapkan dokumen yang diperlukan.

Selain kegiatan pelatihan, tim bina desa juga menyerahkan modul dan banner edukasi kepada pihak Gampong Aneuk Laot. Banner tersebut berisi pesan-pesan edukatif tentang pemberdayaan UMKM yang disusun dengan bahasa yang jelas dan mudah dipahami oleh masyarakat. Penyerahan banner dilakukan sebagai bentuk dukungan bagi upaya pengembangan UMKM secara berkelanjutan. Dengan adanya banner yang dipasang di lokasi yang strategis, masyarakat dapat terus diingatkan mengenai pentingnya menerapkan strategi bisnis yang lebih baik meskipun acara pelatihan telah berakhir.

Keberhasilan program ini didukung oleh beberapa faktor, antara lain: (1) keterbukaan masyarakat Gampong Aneuk Laot terhadap kegiatan pemberdayaan; (2) dukungan perangkat gampong dan komunitas lokal; serta (3) relevansi materi dengan kebutuhan nyata pelaku usaha. Namun demikian, terdapat beberapa tantangan yang dihadapi, seperti keterbatasan literasi digital sebagian peserta yang menghambat adopsi pemasaran digital, serta keterbatasan akses terhadap bahan kemasan yang berkualitas di wilayah Sabang. Hal ini menunjukkan bahwa program pemberdayaan UMKM perlu mempertimbangkan aspek ketersediaan sumber daya dan infrastruktur pendukung agar hasil pelatihan dapat diimplementasikan secara optimal (Somad & Rahmanita, 2025).

## KESIMPULAN

Kegiatan pemberdayaan UMKM melalui penguatan branding, inovasi kemasan, komunikasi bisnis, literasi keuangan, dan akses pembiayaan di Gampong Aneuk Laot berhasil meningkatkan kapasitas pelaku usaha dalam mengelola dan mengembangkan bisnis mereka. Melalui pendekatan partisipatif dan edukatif, masyarakat dapat memahami lima aspek utama pemberdayaan UMKM, yaitu strategi branding dan identitas merek, inovasi kemasan dan desain label, komunikasi bisnis dan pemasaran digital, literasi keuangan dan pencatatan usaha, serta prosedur dan persyaratan akses pembiayaan.

Pelaksanaan pelatihan yang disertai dengan pendampingan dan penyerahan media edukasi berupa banner mendapat respons positif dari masyarakat dan mendorong partisipasi aktif selama kegiatan berlangsung. Kehadiran banner edukatif diharapkan dapat menjadi sarana pengingat yang berkelanjutan bagi masyarakat untuk terus mengembangkan usaha mereka. Dengan meningkatnya pemahaman dan kapasitas pelaku UMKM, diharapkan tercipta usaha yang lebih mandiri, berdaya saing, dan berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat Gampong Aneuk Laot secara berkelanjutan.

Pemerintah Gampong Aneuk Laot bersama kader pemberdayaan disarankan melanjutkan program serupa melalui kegiatan rutin yang melibatkan pelaku UMKM dari berbagai kelompok usaha. Banner yang telah dipasang dapat digunakan sebagai pengingat, sementara kegiatan berikutnya dapat disertai praktik langsung, seperti pelatihan desain kemasan lanjutan, pendampingan pemasaran digital, dan fasilitasi akses pembiayaan. Untuk mengetahui manfaat kegiatan secara lebih jelas, pelaksanaan berikutnya sebaiknya dilengkapi dengan penilaian pengetahuan sebelum dan sesudah pelatihan serta pemantauan sederhana terhadap perkembangan usaha peserta. Hasilnya dapat menjadi dasar untuk menentukan materi dan bentuk pendampingan yang paling dibutuhkan masyarakat.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Program Bina Desa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Syiah Kuala yang telah mendukung pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui kegiatan pemberdayaan UMKM di Gampong Aneuk Laot. Terima kasih juga kepada seluruh pihak yang terlibat dalam pelaksanaan kegiatan, termasuk dosen pembimbing dan tim pelaksana yang telah memberikan arahan serta dukungan selama kegiatan berlangsung. Terima kasih juga kepada pimpinan dan seluruh masyarakat Gampong Aneuk Laot yang telah bersedia bekerja sama dan berpartisipasi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini.

## Referensi

Arianto, A., et al. (2022). Partisipasi masyarakat dalam pengembangan desa wisata. *Jurnal Kepariwisataan*, 16(2), 180–195.

Dewi, R. S. (2024). *Analisis Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Pengembangan Desa Wisata Berbasis Potensi Lokal dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Desa Aneuk Laot Kecamatan Sukakarya Kota Sabang)* [Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry]. Repository UIN Ar-Raniry. https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/39922/

DPRK Sabang. (2026, Mei 19). DPRK Minta Data 9.220 UMKM Sabang Diverifikasi Ulang. *RRI.co.id*. https://rri.co.id/sabang/info-parlemen/2426109/dprk-minta-data-9220-umkm-sabang-diverifikasi-ulang

Fluhrer, P., & Brahm, T. (2026). How small businesses build their brands in a digital world: A systematic review. Review of Managerial Science, 20, 1965–2000. https://doi.org/10.1007/s11846-025-00931-9

Hilmawati, M. R. N., & Kusumaningtias, R. (2021). Inklusi keuangan dan literasi keuangan terhadap kinerja dan keberlangsungan sektor usaha mikro kecil menengah. Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen, 10(1), 135–152. https://doi.org/10.21831/nominal.v10i1.33881

Kemenparekraf. (2023). *Desa Wisata Aneuk Laot 75 Besar ADWI 2023*. Jadesta. https://jadesta.kemenparekraf.go.id/desa/aneuk_laot

Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2025, 20 Agustus). *Mendag Busan Luncurkan Program Penguatan Branding dan Kemasan Produk Pangan UMKM*.

Otoritas Jasa Keuangan. (2025). *OJK Institute: Capacity Building*. Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia.

Pratiwi, R. (2023). *Pengaruh Pembiayaan Mikro Syariah Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Sabang* [Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry]. Repository UIN Ar-Raniry. https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/28037/

Somad, D., & Rahmanita, M. (2025). Pengembangan Pariwisata Berbasis Komunitas di Desa Aneuk Laot Aceh. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen*, 6(3), 635–645. https://penerbitgoodwood.com/index.php/Jakman/article/download/3863/1361/

Tshikovhi, N., et al. (2025). Empowerment of Small and Medium Industries (IKM) and Value Added of Sabang's Local Souvenir Products. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Universitas Syiah Kuala. https://jurnal.usk.ac.id/JPMKK/article/download/48579/24957