



Transformasi Digital Berbasis Kearifan Lokal Pada Usaha Tembe Nggoli Sebagai Strategi Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Raba Kota Bima

Yayan Anggriani¹, Faisal Sa'ban², Khairunnisah³, Kharismafullah⁴, Edi Kurniawan⁵, Ahyar⁶

^{1,2,3}Program Studi Bisnis Digital, Politeknik AMA, Kota Bima, Indonesia

^{4,5}Program Studi Agribisnis Peternakan, Politeknik AMA, Kota Bima, Indonesia

⁶Program Studi Akuntansi Sektor Publik, Politeknik AMA, Kota Bima, Indonesia

Corresponding Author: yayananggriani@poltekama.ac.id

Article History:

Received: 09-12-2025

Revised: 21-12-2025

Accepted: 28-12-2025

Keywords:

Transformasi digital, kearifan lokal, Tembe Nggoli, UMKM, Pemberdayaan Ekonomi

Abstract: *Transformasi digital menjadi elemen penting untuk meningkatkan daya saing usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), termasuk usaha yang berlandaskan budaya lokal. Tembe nggoli, kain tenun tradisional Khas Masyarakat Mbojo, memiliki nilai historis dan simbolik yang mendalam, tetapi masih mengalami kesulitan dalam mengakses pasar dan menghadirkan inovasi pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan transformasi digital yang berbasis kearifan lokal dalam usaha tembe nggoli serta kontribusinya terhadap penguatan ekonomi Masyarakat di Kecamatan Raba, Kota Bima. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan cara mengumpulkan data melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial digital bisa memperluas cakupan pemasaran dan meningkatkan nilai ekonomi tembe nggoli tanpa menghilangkan identitas budaya. Meskipun demikian, rendahnya Tingkat literasi digital, infrastruktur teknologi yang tidak memadai, dan kurangnya pendampingan menjadi tantangan utama. Penelitian ini memberikan kontribusi konseptual berupa pendekatan transformasi digital yang kontekstual menggabungkan teknologi dengan nilai budaya lokal sebagai strategi dalam pemberdayaan ekonomi yang berkelanjutan.*

© 2025 SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan pilar utama dalam perekonomian nasional dengan kontribusi lebih dari 60% terhadap produk domestik bruto (PDP) dan menyerap sekitar 95% tenaga kerja di Indonesia. Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan signifikan dalam cara UMKM memproduksi, memasarkan, dan mendistribusikan produk. Transformasi digital tidak lagi menjadi pilihan, melainkan kebutuhan strategis untuk bertahan dan bersaing di Tengah dinamika ekonomi global (Rahman & Hakim, 2024). Sejalan dengan agenda pembangunan

nasional, penguatan UMKM berbasis kearifan lokal menjadi salah satu strategi utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Pemerintah Indonesia secara konsisten mendorong percepatan transformasi digital UMKM melalui berbagai program digitalisasi untuk meningkatkan daya saing usaha, khususnya pada sektor ekonomi kreatif yang memiliki keunikan budaya dan identitas lokal. Digitalisasi tidak hanya dipandang sebagai sarana efisiensi bisnis, tetapi juga sebagai instrumen strategis untuk memperluas akses pasar dan memperkuat posisi UMKM dalam rantai nilai ekonomi nasional.

Digitalisasi UMKM terbukti mampu meningkatkan efisiensi operasional, memperluas akses pasar, serta membuka peluang inovasi produk dan layanan (Effendi et al., 2024). Namun, penerapan transformasi digital di wilayah berbasis budaya lokal masih menghadapi tantangan structural dan kultural, seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan infrastruktur, serta kekhawatiran akan lunturnya nilai-nilai budaya. Oleh karena itu, transformasi digital perlu ditempatkan sebagai proses adaptif yang mengintegrasikan teknologi dengan kearifan lokal agar modernisasi usaha tidak menghilangkan makna simbolik dan identitas budaya produk.

Kecamatan Raba, Kota Bima, memiliki potensi ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal, salah satunya melalui produksi kain tenun tradisional tembe nggoli. Tembe nggoli tidak hanya bernilai ekonomi, tetapi juga mengandung makna historis dan simbolik sebagai identitas Masyarakat Mbojo. Namun, pelaku usaha Tembe nggoli masih bergantung pada pasar lokal dan belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal (Al-Amin et al., 2025). Dalam konteks Tembe nggoli, kearifan lokal tercermin pada motif, warna, Teknik tenun, serta nilai filosofis yang mempresentasikan identitas Masyarakat Mbojo. Nilai-nilai tersebut merupakan modal budaya dan modal sosial yang memiliki potensi ekonomi tinggi apabila dikomunikasikan secara tepat melalui media digital. Pemanfaatan platform digital dengan narasi berbasis budaya memungkinkan produk tembe nggoli tidak hanya diposisikan sebagai komoditas ekonomi, tetapi juga sebagai produk budaya yang memiliki keunikan dan daya tarik tersendiri di pasar yang lebih luas.

Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk mengkaji secara mendalam bagaimana praktik transformasi digital berbasis kearifan lokal diterapkan pada usaha Tembe Nggoli di Kecamatan Raba, Kota Bima. Penelitian ini juga berupaya menganalisis sejauh mana integrasi teknologi digital dan nilai budaya lokal mampu berkontribusi

terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat secara berkelanjutan, sekaligus memperkuat pelestarian warisan budaya daerah.

METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif destriktif. Lokasi penelitian berada di kecamatan Raba Kota Bima. Informan yang dipilih secara purposive sampling, meliputi pelaku usaha tembe nggoli, tokoh Masyarakat, dan pihak terkait pengembangan UMKM. Penelitian ini melakukan Analisis terhadap dua jenis data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Jenis data primer diperoleh secara langsung dari narasumber dilapangan melalui wawancara mendalam (In-depth interview). Data primer diperoleh dari informan kunci, yaitu Perempuan pengrajin tenun tembe nggoli yang menjalankan usaha di kelurahan Raba Dompu Barat, Kecamatan Raba, Kota Bima. Informan yang dipilih merupakan pelaku usaha mikro kecil, dan menengah (UMKM) yang terlibat langsung dalam proses produksi dan pemasaran tenun tradisional. Jenis data sekunder merupakan data pendukung dari sumber tidak langsung atau bukan hasil pengamatan langsung dilapangan. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari berbagai dokumen dan literatur, yaitu artikel, jurnal ilmiah, e-book, dokumen resmi dari pemerintah daerah, seperti profil kelurahan, data jumlah pengrajin, serta program-program pembinaan UMKM, dan artikel massa yang memuat informan aktual terkait kondisi pengrajin tenun di Kota Bima.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tantangan dalam Transformasi Digital

Hasil penelitian menunjukkan bahwa transformasi digital pada usaha Tembe Nggoli di Kecamatan Raba masih berada pada tahap awal dan menghadapi sejumlah tantangan yang kompleks. Tantangan utama yang dihadapi pelaku UMKM adalah rendahnya literasi digital, keterbatasan pemahaman terhadap strategi pemasaran digital, serta minimnya pendampingan teknis yang berkelanjutan. Sebagian besar pelaku usaha masih memanfaatkan media digital secara sederhana, seperti penggunaan media sosial hanya sebagai sarana komunikasi dan promosi informal. Selain faktor sumber daya manusia, keterbatasan infrastruktur teknologi juga menjadi kendala signifikan. Akses internet yang belum merata dan keterbatasan perangkat pendukung menyebabkan digitalisasi belum mampu dimanfaatkan secara optimal sebagai strategi pengembangan usaha. Tantangan lainnya bersifat kultural, yaitu adanya kekhawatiran bahwa adopsi teknologi digital dapat menggeser nilai-nilai tradisional yang melekat pada Tembe Nggoli. Kondisi ini menunjukkan bahwa transformasi digital pada UMKM berbasis budaya memerlukan pendekatan yang adaptif dan sensitif terhadap konteks lokal.

Kearifan Lokal sebagai Fondasi Usaha

Nilai-nilai kearifan lokal seperti *Kasama Weki* (gotong royong) dan *Ngahi Rawi Pahu* tidak hanya berfungsi sebagai pedoman etika dalam produksi Tembe Nggoli, tetapi juga menjadi modal sosial strategis dalam proses pemberdayaan UMKM. Pola kerja kolektif yang terbentuk melalui nilai gotong royong memudahkan pelaku usaha Tembe Nggoli di Raba Dompu untuk beradaptasi dengan transformasi digital, khususnya dalam pembagian peran pada aktivitas nonproduksi seperti pemasaran digital, pengelolaan media sosial, dan dokumentasi proses menenun. Dalam konteks ini, transformasi digital tidak dijalankan secara individual, melainkan sebagai praktik kolektif berbasis komunitas.

Lebih lanjut, nilai *Ngahi Rawi Pahu* memperkuat sikap tanggung jawab dan konsistensi kualitas produk, yang menjadi prasyarat utama dalam membangun kepercayaan konsumen di ruang digital. Kepercayaan tersebut berperan penting dalam keberhasilan pemasaran UMKM melalui platform digital, di mana reputasi dan kredibilitas produk sangat menentukan keberlanjutan usaha. Dengan demikian, integrasi nilai kearifan lokal dan transformasi digital pada UMKM Tembe Nggoli tidak hanya mendorong peningkatan kapasitas ekonomi pelaku usaha, tetapi juga memperkuat kemandirian, daya saing, dan keberlanjutan ekonomi masyarakat lokal secara kolektif.



Gambar 1. Kegiatan menenun di Rabadompu

Sumber : Data Primer, 2025

Nilai-nilai kearifan lokal tersebut membentuk karakter usaha Tembe Nggoli yang berbasis komunitas dan kekeluargaan. Dalam konteks transformasi digital, kearifan lokal menjadi elemen penting yang membedakan Tembe Nggoli dari produk tekstil lainnya. Oleh karena itu, kearifan lokal memiliki potensi besar sebagai modal budaya yang dapat dikembangkan menjadi nilai tambah ekonomi apabila diintegrasikan secara tepat dalam strategi digital.

Tembe Nggoli sebagai Produk Budaya dan Ekonomi

Tembe Nggoli lebih dari sekedar produk kerajinan atau komoditas tekstil. Tembe nggoli merupakan symbol dan identitas yang dibanggakan oleh Masyarakat Bima. Karena

secara eksistensial, tembe nggoli memiliki peran sacral dalam berbagai ritual adat dan pesta adat. Sehingga kehadirannya lebih dari sekedar barang yang bernilai ekonomi. Setiap helai kain yang dihasilkan oleh pengrajin tenun mengandung nilai harga diri, budaya, dan nilai lainnya. Bahkan ketika sudah berbentuk motif, tembe nggoli sudah sempurna dengan pesan moral dan spiritual. Oleh karena itu, kain ini memiliki fungsi ganda sebagai penopang ekonomi sekaligus penanda identitas kolektif Masyarakat Bima.

Salah satu penenun Tembe Nggoli, Nurarafah menegaskan bahwa Tembe Nggoli telah menjadi bagian integral dari kehidupannya serta merepresentasikan identitas etnis masyarakat Bima dan Dompu. Identitas tersebut bersifat sakral dan mengakar kuat dalam kehidupan sosial budaya masyarakat, yang tercermin dari penggunaan Tembe Nggoli dalam berbagai upacara adat, pernikahan, serta momen-momen penting lainnya. Lebih dari sekadar simbol budaya, Tembe Nggoli juga membentuk kesadaran individu dan kolektif masyarakat lokal. Hal ini tercermin dalam praktik usaha para penenun dan kelompok UMKM di wilayah Raba Dompu yang mengedepankan nilai kejujuran dan kualitas produk sebagai manifestasi dari kesadaran moral dan spiritual yang terkandung dalam nilai-nilai Tembe Nggoli.

Integrasi nilai-nilai kearifan lokal masyarakat Bima dalam Tembe Nggoli tercermin secara nyata melalui makna warna dan motif yang digunakan. Motif kain tenun Tembe Nggoli yang berkembang di wilayah Raba Dompu, Kota Bima, terdiri atas beberapa jenis, antara lain.

1. Motif *Bunga Samobo*, dan motif bunga *Satako*



Gambar 2. Kain motif *Samobo*
Sumber : Data Primer, 2025



Gambar 3. Motif Bunga *Satako*
Sumber : Data Primer, 2025

Samobo dan *Satako* memiliki arti dan makna yang sama yaitu sekuntum, symbol yang bermakna sebuah penghargaan Masyarakat, agar seseorang mengenakannya selalu berakhhlak mulia. Tata ungkap dalam motif tersebut, menciptakan ruang waktu data. Kombinasi yang terbentuk dari motif tersebut membentuk pertemuan pada titik Tengah yang mengacu pada pola budaya Nusantara yang Dimana memusatkan titik tersebut sebagai titik sakral.

2. Bunga Aruna



Gambar 4. Motif Bunga Aruna

Motif bunga aruna ini berarti bunga nanas yang memiliki 99 helai atau sisik. Hal tersebut mengandung makna 99 sifat Allah sebagai pencipta alam yang selalu dipuji dan disembah oleh hambanya. Pada gambar diatas dapat dilihat bahwa kombinasi wimba 1,2, dan 3 penggambaran tersebut menggunakan Bahasa rupa tradisi dan menciptakan ruang waktu datar sehingga terbentuk bentuk dasar segitiga. Cara komposisinya pun digambarkan menggunakan urutan motif dan penggambaran berulang-ulang.

3. Bunga Kakando



Gambar 5. Kain Motif Kakando

Arti Kakando itu sendiri merupakan rebung, yang bermakna bagaimana Masyarakat harus bersabar dan ulet setiap menjalani tantangan dalam kehidupan. Bunga kakando Adalah bunga rebung yang merupakan motif tenun Masyarakat Bima, yang ditenun menyetujui bentuk segitiga atau *Nggusu Tolu*

4. Motif Garis



Gambar 6. Kain Motif Garis

Tembe nggoli jenis ini paling banyak ditenun oleh masyarakat Bima, terutama di Kecamatan Raba, Khusus Rabadompu, Motif garis menegaskan bahwa manusia harus memiliki sifat jujur dan tegas. Sikap yang lazim dinilai oleh Masyarakat maritim. Makna motif ini menjadi pedoman yang dominan dalam kegiatan tenun dan bisnis *Tembe nggoli*

5. Motif Geometris



Gambar 7. Kain Motif Geometris

Motif geometris yang meliputi *Nggusu Tolu*, *Nggusu Upa Pado Waji*, dan *Nggusu Waru*. Setiap motif tersebut mengandung makna filosofis yang berkaitan erat dengan kepercayaan kepada Allah SWT serta refleksi kehidupan sehari-hari dan alam sekitar. Secara simbolik, motif-motif Tembe Nggoli merepresentasikan relasi sosial dan kosmologis masyarakat Bima yang tersusun dalam hierarki kehidupan, yaitu hubungan manusia dengan Tuhan sebagai tingkat tertinggi, hubungan antar sesama manusia pada tingkat berikutnya, serta hubungan manusia dengan makhluk hidup lain yang berada pada tingkatan kehidupan yang lebih rendah.

Setiap motif dan warna pada Tembe Nggoli mengandung narasi filosofis yang mendalam. Temuan ini terkonfirmasi melalui pernyataan salah satu penenun Tembe Nggoli di Raba Dompu, Nurarafah, yang menyatakan bahwa “motif dan warnanya menceritakan filosofi hidup serta nilai-nilai lokal masyarakat kami.” Dengan demikian, motif Tembe Nggoli tidak sekadar berfungsi sebagai unsur estetika, melainkan merepresentasikan nilai-nilai budaya, pandangan hidup, serta ajaran moral yang dianut masyarakat Bima. Tembe Nggoli berperan sebagai media naratif yang mampu mengomunikasikan identitas budaya secara simbolik. Selain itu, filosofi yang melekat pada motif menjadi daya tarik utama yang membedakan Tembe Nggoli dari produk tekstil hasil produksi massal. Kondisi ini membuka peluang strategis dalam pengembangan pendekatan storytelling, di mana motif Tembe Nggoli tidak hanya diposisikan sebagai nilai tambah dalam pemasaran, tetapi juga sebagai medium penyampaian pesan moral berbasis kearifan lokal.

UMKM dan Transformasi Digital Berbasis Kearifan Lokal

Dalam konteks UMKM, usaha Tembe Nggoli memiliki karakteristik sebagai usaha mikro dan kecil yang berbasis rumah tangga dan komunitas lokal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa transformasi digital pada UMKM Tembe Nggoli belum terstruktur secara sistematis, namun mulai berkembang melalui pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi dan pemasaran. Transformasi digital berbasis kearifan lokal memungkinkan UMKM Tembe Nggoli untuk memperluas jangkauan pasar tanpa harus meninggalkan nilai-nilai budaya. Dengan mengangkat cerita budaya, proses produksi, dan makna simbolik Tembe Nggoli dalam konten digital, pelaku UMKM dapat membangun

citra produk yang autentik dan bernilai tinggi. Pendekatan ini menunjukkan bahwa digitalisasi tidak harus bertentangan dengan tradisi, melainkan dapat menjadi sarana untuk memperkuat identitas usaha berbasis budaya.

Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat

Transformasi digital berbasis kearifan lokal memberikan kontribusi nyata terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat pengrajin Tembe Nggoli di Kecamatan Raba. Secara ekonomi, pemanfaatan media digital membuka peluang akses pasar yang lebih luas, meningkatkan potensi pendapatan, dan memperkuat keberlanjutan usaha. Secara sosial, transformasi digital mendorong peningkatan kepercayaan diri dan partisipasi aktif pengrajin, khususnya perempuan, dalam kegiatan ekonomi produktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemberdayaan ekonomi tidak hanya tercermin dari peningkatan pendapatan, tetapi juga dari meningkatnya kapasitas dan kemandirian pelaku usaha dalam mengelola usaha berbasis budaya. Dengan demikian, transformasi digital berbasis kearifan lokal berfungsi sebagai strategi pemberdayaan yang tidak hanya berorientasi pada pertumbuhan ekonomi, tetapi juga pada pelestarian budaya dan penguatan struktur ekonomi masyarakat lokal.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa transformasi digital berbasis kearifan lokal merupakan strategi yang efektif dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui usaha Tembe Nggoli di Kecamatan Raba, Kota Bima. Meskipun transformasi digital UMKM Tembe Nggoli masih menghadapi kendala berupa rendahnya literasi digital, keterbatasan infrastruktur, dan kekhawatiran terhadap pelestarian nilai tradisional, Tembe Nggoli memiliki potensi besar sebagai produk budaya bernilai ekonomi tinggi.

Nilai-nilai kearifan lokal masyarakat Bima, seperti *Maja Labo Dahu*, *Ngaha Aina Ngoho*, *Kasama Weki*, dan *Ngahi Rawi Pahu*, berperan sebagai fondasi moral dan sosial dalam menjaga kualitas produk serta membangun kepercayaan konsumen. Integrasi nilai budaya tersebut dengan transformasi digital memungkinkan perluasan pasar, peningkatan nilai tambah produk, serta penguatan peran UMKM dalam pembangunan ekonomi lokal. Digitalisasi tidak hanya berfungsi sebagai sarana pemasaran, tetapi juga sebagai media pelestarian budaya dan penguatan regenerasi perajin.

Saran

Berdasarkan temuan penelitian, beberapa saran dapat diajukan sebagai berikut:

1. Bagi pelaku UMKM tembe Nggoli

Pelaku usaha diharapkan dapat meningkatkan kapasitas literasi digital secara bertahap, khususnya dalam pengelolaan pemasaran digital dan pengembangan konten berbasis storytelling budaya. Integrasi nilai kearifan lokal dalam promosi digital perlu terus diperkuat agar Tembe Nggoli memiliki posisi yang jelas sebagai produk budaya bernilai tinggi.

2. Bagi Pemerintah Daerah dan pemangku kepentingan

Pemerintah daerah diharapkan dapat menyediakan program pendampingan dan pelatihan transformasi digital yang berkelanjutan bagi UMKM berbasis budaya. Dukungan infrastruktur digital, akses pasar, serta kebijakan afirmatif bagi produk lokal perlu diperkuat untuk meningkatkan daya saing Tembe Nggoli di pasar yang lebih luas.

3. Bagi Upaya Pelestarian Budaya dan Regenerasi perajin

Perlu adanya strategi khusus untuk melibatkan generasi muda dalam usaha tembe nggoli, baik sebagai perajin maupun sebagai pengelola aspek digital usaha. Digitalisasi dapat dimanfaatkan sebagai media edukasi, dokumentasi budaya, dan sarana regenerasi agar keberlanjutan tembe nggoli tetap terjaga.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan pendekatan kuantitatif atau metode campuran guna mengukur secara lebih spesifik dampak transformasi digital terhadap peningkatan pendapatan dan kesejahteraan pengrajin. Selain itu, kajian komparatif dengan produk budaya lokal lainnya dapat memperkaya pemahaman tentang model pemberdayaan UMKM berbasis kearifan lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Amin, M., Aditya, A., Nurfitri, R., & Aminah, S. (2025). Digitalisasi promosi produk kain tenun Tembe Nggoli dalam meningkatkan ekonomi lokal di Bima. *Jurnal Abdimas Maduma*, 4(1), 15–22.
- Astuti, D., Kisworo, B., Shogbesan, Y. O., & Herwina, W. (2024). Pemberdayaan masyarakat lokal dalam transformasi digital pelestarian budaya. *JPPM (Jurnal Pendidikan dan Pemberdayaan Masyarakat) – SINTA 2*.
- Astuti, D., Utami, T. R. T., & Oktaviany, V. (2025). Transformasi Digital Berbasis Potensial Lokal. *Jurnal Lentera Bisnis*. 14(2).
- Ausat, A. M. A. (2023). The Role of Social Media in Shaping Public Opinion and Its Influence on Economic Decisions. *Technology and Society Perspectives (TACIT)*, 1(1), 35–44.
- Effendi, D. R. R., Ramadhani, M. A., Saputra, S. B., Wulandari, A. C., Victhori, I., Mahrinasari, M., & Roslina, R. (2024). Pengembangan digitalisasi pemasaran UMKM pada kelompok pengolah dan pemasar ikan waluya Kota Bandar Lampung. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 4(2), 1016–1028.
- Haif, A., Sumirah, & Summiati. (2024). Merajut Identitas Budaya: Eksistensi *Tembe Nggoli* sebagai Warisan Tekstil Tradisional Masyarakat Bima NTB. *AJSH (Arus Jurnal Sosial dan Humaniora)*, 4(3), ISSN: 2808-1307.
- Johan, A. B., Wati. L. V. (2025). Transformasi Digital UMKM: Menganalisis dan Tantangan Era Online Shop di Indonesia. *Triwikrama (Jurnal Ilmu Sosial)*, 7(3), 51-59
- Morisson, B., & Saiful Fikri, A. A. H. (2025). Digitalisasi UMKM sebagai strategi meningkatkan daya saing di era ekonomi digital. *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*

- Rafiuddin, R., & Wahyudin, A. (2020). Strategi Pengembangan Ekonomi Lokal untuk Meningkatkan Daya Saing pada UKM Ekonomi Kreatif Sarung Nggoli Bima Desa Tawali Kecamatan Wera Kabupaten Bima. *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 3(2).
- Rahman, I., & Hakim, L. M. (2024). Pengembangan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal di era transformasi digital. *BASKARA: Journal of Business and Entrepreneurship (SINTA 2)*.
- Wangkay, C., Haryati, E., & Mustofa, A. (2025). Konvergensi kearifan lokal dan transformasi digital dalam percepatan SDGs desa. *Parlementer: Jurnal Studi Hukum dan Administrasi Publik*.
- Yusup, M., Ariq, M. F., Nasution, E. J. A. H., Fahreza, A. Z., & Edwards, J. (2025). *Digital Transformation and Branding for Empowering the Creative Economy Based on Local Wisdom: Transformasi Digital dan Branding untuk Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal*. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 6(1), 45–54.