

## Strategi Pengembangan Program *One Village One Product* (OVOP) di Kelurahan Wonorejo Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru

Hamdani MS<sup>1\*</sup>, Anuar Rasyid<sup>2</sup>, Hasim As'Ari<sup>3</sup>, Zulkarnain<sup>4</sup>

<sup>1,4</sup>Program Studi Magister Perencanaan Wilayah dan Perdesaan, Program Pascasarjana Universitas Riau

<sup>2,3</sup>Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau

\*Correspondent email: [hamdani.ms@student.unri.ac.id](mailto:hamdani.ms@student.unri.ac.id)

Diterima: 1 Desember 2025 | Disetujui: 25 April 2026 | Diterbitkan: 26 April 2026

**Abstract.** *One Village One Product (OVOP) is a regional development approach to produce globally competitive products while maintaining local characteristics. Wonorejo Sub-district has 162 UMKM with potential for OVOP development, yet faces challenges in capital access, marketing, and product standardization. This was study aimed to analyze the existing conditions and formulate development strategies for the OVOP program in Wonorejo Sub-district. This qualitative research used survey methods with purposive sampling, collecting data through in-depth interviews, observation, and FGD. Data analysis employed Miles and Huberman's interactive model and SWOT analysis. The existing condition shows that Wonorejo has significant local economic potential in the culinary sector; but lacks a distinctive product identity as a regional icon. SWOT analysis identified four strategic directions: (S-O) optimizing UMKM through government training and expanding digital marketing; (W-O) improving packaging quality and establishing a signature product; (S-T) maintaining customer trust and developing product innovation; (W-T) promoting business legality and diversifying raw material sources. Wonorejo Sub-district has great potential for OVOP development through institutional strengthening, human resource capacity building, and cross-sector collaboration involving government, academia, and private sectors.*

**Keywords:** *OVOP; Development Strategy; UMKM; SWOT Analysis; Regional Development*

## PENDAHULUAN

Kota Pekanbaru sebagai ibu kota Provinsi Riau merupakan salah satu sentra ekonomi terbesar di Pulau Sumatra yang ditandai dengan tingkat pertumbuhan, migrasi, dan urbanisasi yang tinggi. Pada periode 2014–2018, terjadi peningkatan signifikan arus migrasi masuk yang memberikan dampak nyata terhadap perkembangan kota (Suryana, 2020). Posisi geografis Pekanbaru yang strategis di jalur Lintas Timur Sumatra menjadikan kota ini terhubung dengan kota-kota besar seperti Medan, Padang, dan Jambi, sehingga memperkuat perannya sebagai pusat pertumbuhan ekonomi regional.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran yang vital dalam perekonomian Indonesia secara nasional. Data Badan Pusat Statistik (BPS) dalam Kementerian Koperasi dan UMKM (2010) menunjukkan bahwa sebesar 99,99% dari total pelaku usaha di Indonesia merupakan UMKM, dengan kemampuan penyerapan tenaga kerja rata-rata sebesar 97,17% (Sudarno, 2012; Rifa'i, 2013). Kondisi ini membuktikan bahwa UMKM merupakan tulang punggung perekonomian nasional yang tidak dapat diabaikan dalam setiap kebijakan pembangunan.

Pendekatan pengembangan ekonomi lokal yang dikenal dengan program *One Village One Product* (OVOP) hadir sebagai solusi strategis untuk mengoptimalkan potensi daerah dalam menghasilkan produk yang mampu bersaing di pasar global dengan tetap mempertahankan ciri khas lokal (Widiyanti, 2023). Program OVOP memiliki landasan hukum yang kuat melalui Peraturan Menteri Perindustrian Nomor 14 Tahun 2021 sebagai strategi pengembangan industri kecil dan menengah (Sintia Dewi & Sudiarawan, 2023). Berdasarkan Peraturan Menteri Perindustrian Republik Indonesia Nomor 78 Tahun 2007, pengembangan OVOP dilaksanakan berdasarkan tiga prinsip utama, yaitu: (1) *Local But Global*, yakni mengoptimalkan potensi lokal namun menghasilkan produk berkualitas global; (2) *Self Reliance and Creativity*, yakni berbasis kemandirian dan kreativitas masyarakat; serta (3) *Human Resource Development*, yakni mengembangkan sumber daya manusia yang kreatif dan mandiri.

Penerapan program OVOP di Indonesia telah menunjukkan hasil yang menjanjikan di berbagai daerah. Indonesia memiliki sekitar 74.000 desa dengan keunikan khas tersendiri, di mana mayoritas penduduknya sebesar 65% masih tergolong berpendapatan rendah (Juhari, 2019). Program OVOP di Indonesia umumnya melibatkan kerja sama UKM dengan BUMN dan mendapat dukungan pemerintah melalui berbagai program pembinaan. Beberapa daerah telah berhasil menerapkan program ini, seperti Kelurahan Manggis Ganting di Bukittinggi dengan produk unggulan Keripik Sanjai Balado, serta Kota Pontianak dengan produk olahan lidah buaya. Keberhasilan tersebut membuktikan bahwa OVOP merupakan strategi pengembangan ekonomi lokal yang efektif dan terukur.

Meskipun demikian, pengembangan OVOP di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan yang menghambat optimalisasi potensinya. Tantangan tersebut meliputi rendahnya standarisasi produk, keterbatasan akses permodalan, lemahnya koordinasi antarpemangku kepentingan, sistem pemasaran yang belum optimal, serta kapasitas sumber daya manusia yang masih terbatas (Rahayu, 2020). Tantangan-tantangan ini juga dialami oleh pelaku UMKM di tingkat kelurahan yang sesungguhnya menyimpan potensi ekonomi besar.

Kelurahan Wonorejo secara khusus mencatat keberadaan 162 UMKM yang berpotensi menjadi magnet ekonomi lokal apabila dikembangkan secara optimal (Nani, 2020). Strategi pengembangan yang komprehensif mutlak diperlukan guna mewujudkan potensi tersebut. Strategi didefinisikan sebagai sekumpulan pilihan kritis untuk perencanaan dan penerapan serangkaian rencana tindakan dalam mencapai tujuan dengan memperhatikan keunggulan kompetitif, komparatif, dan sinergis (Soviyana et al., 2022). Dalam merumuskan strategi tersebut, analisis SWOT merupakan alat yang efektif untuk mengidentifikasi faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan, serta faktor eksternal berupa peluang dan ancaman (Rangkuti, 2014). Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk merancang konsep strategi pengembangan yang komprehensif dan terukur, khususnya di Kelurahan Wonorejo yang memiliki potensi strategis sebagai sentra UMKM berbasis program OVOP.

## **METODE PENELITIAN**

### **Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode survei dengan pendekatan kualitatif. Lokasi penelitian adalah Kelurahan Wonorejo, Kecamatan Marpoyan Damai, Kota Pekanbaru, yang dipilih secara purposive dengan pertimbangan wilayah ini merupakan sentra UMKM dengan 162 unit usaha yang berpotensi untuk pengembangan OVOP.

### **Sumber Data**

Data penelitian berasal dari sumber primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi terstruktur, dan Focus Group Discussion (FGD) dengan pelaku UMKM, tokoh masyarakat, dan pejabat pemerintah kelurahan. Data sekunder bersumber dari dokumen, literatur, laporan pemerintah, dan publikasi ilmiah terkait.

### **Subjek Penelitian**

Subjek penelitian ditentukan menggunakan teknik purposive sampling dengan pertimbangan tertentu, yaitu pelaku UMKM yang aktif menjalankan usaha, tokoh masyarakat yang memahami kondisi ekonomi lokal, dan pejabat pemerintah yang terlibat dalam program pemberdayaan UMKM.

### **Teknik Analisis Data**

Analisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga tahap: (1) Reduksi data - merangkum dan memilih data penting; (2) Penyajian data - menyajikan data dalam bentuk naratif dan tabel; (3) Penarikan kesimpulan - menghasilkan temuan baru dari data yang telah dianalisis. Untuk menjawab rumusan masalah kedua, digunakan analisis SWOT yang mengidentifikasi faktor internal (Strengths dan Weaknesses) dan faktor eksternal (Opportunities dan Threats), kemudian merumuskan strategi pengembangan berdasarkan kombinasi faktor-faktor tersebut.

### **Validitas Data**

Keabsahan data diuji menggunakan triangulasi sumber, yaitu pengecekan data dari berbagai sumber untuk memastikan konsistensi dan validitas informasi yang diperoleh.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Kondisi Eksisting Pengembangan Program OVOP

Kelurahan Wonorejo terletak di Kecamatan Marpoyan Damai dengan posisi strategis di kawasan perkotaan Pekanbaru. Wilayah ini didominasi masyarakat usia produktif dengan beragam aktivitas ekonomi, khususnya usaha kuliner rumahan dan perdagangan kecil. Potensi ini menjadikan Wonorejo sebagai lokasi strategis untuk pengembangan program OVOP. Program OVOP di Kelurahan Wonorejo masih dalam tahap pengenalan dan belum terintegrasi sepenuhnya sebagai sistem pengembangan ekonomi berbasis potensi lokal. Masyarakat telah memiliki beberapa produk unggulan lokal seperti aneka makanan dan kuliner kekinian, namun produk-produk tersebut belum memiliki identitas khas yang menonjol sebagai ikon One Village One Product.

Sepinya konsumen menjadi kendala utama, dengan penurunan omzet hingga 40% pada beberapa sektor (Mulyana & Rakhmawati, 2024). Berkurangnya akses promosi digital dan perubahan perilaku konsumen yang lebih memilih berbelanja daring menyebabkan penurunan penjualan bagi pelaku UMKM yang mengandalkan pemasaran konvensional (Martiah et al., 2024). Mayoritas pelaku UMKM menggunakan modal sendiri dari tabungan pribadi atau reinvestasi laba. Meskipun modal sendiri terbukti berkontribusi positif terhadap pendapatan (Artini et al., 2019; Sari et al., 2019), keterbatasan akses terhadap lembaga pembiayaan formal menghambat ekspansi usaha.

Produk sebagian besar dipasarkan secara langsung di warung atau lingkungan sekitar. Pemasaran tradisional ini membangun kedekatan sosial dengan pelanggan, namun membatasi jangkauan pasar (Widyastuti et al., 2023). Pelaku usaha memperoleh informasi pengembangan usaha terutama dari pengalaman pribadi dan interaksi informal dengan sesama pelaku UMKM (Prasetyaningrum, 2022; Mulyani & Rahmawati, 2021). Rendahnya akses terhadap pelatihan formal menjadi kendala peningkatan kapasitas.

### Strategi Pengembangan Program OVOP

**Tabel 1.** Analisis SWOT Strategi Pengembangan Program OVOP

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p><b>Kekuatan (Strengths)</b></p> <p>Banyaknya UMKM aktif di bidang kuliner, terutama makanan tradisional dan kue basah, menjadi potensi dasar produk unggulan.</p> <p>Hubungan sosial masyarakat cukup kuat, terutama melalui komunitas UMKM lokal dan kegiatan bazar.</p> <p>Banyaknya usia warga produktif dalam menjalankan UMKM</p> <p>Beberapa pelaku usaha sudah memiliki pengalaman dan pelanggan tetap, menunjukkan adanya kepercayaan konsumen.</p> <p>Produk yang dijual dapat meningkatkan ekonomi keluarga.</p> | <p><b>Kelemahan (Weaknesses)</b></p> <p>Belum ada identitas produk unggulan bersama yang mewakili Kelurahan Wonorejo.</p> <p>Keterbatasan modal usaha, sebagian besar masih menggunakan modal pribadi tanpa dukungan lembaga keuangan.</p> <p>Belum meratanya pendampingan kewirausahaan dan inovasi produk terhadap pelaku usaha.</p> <p>Kemasan produk sederhana dan belum berstandar, sehingga kurang menarik secara komersial.</p> <p>Kurangnya pemahaman tentang program OVOP dan belum adanya sosialisasi dari pihak pemerintah daerah. Produk yang dijual dapat meningkatkan ekonomi keluarga.</p> |
|  | <p><b>Peluang (Opportunities)</b></p> <p>(S-O)</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <p>(W-O)</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Program pemerintah tentang penguatan UMKM dan OVOP bisa menjadi sarana pembinaan, pelatihan, dan akses permodalan.</p> <p>Perkembangan teknologi digital dan e-commerce membuka peluang pemasaran online yang lebih luas.</p> <p>Lokasi strategis Kelurahan Wonorejo di tengah kota Pekanbaru memudahkan distribusi dan promosi produk unggulan.</p> <p>Dukungan komunitas UMKM dan dinas terkait seperti Disperindag, Dinas Koperasi, serta Rumahnya UMKM dapat memperkuat kapasitas pelaku usaha.</p> <p>Permintaan tinggi terhadap produk kuliner lokal dan tradisional, baik untuk konsumsi rumah tangga maupun acara.</p> | <p>Mengoptimalkan jumlah UMKM kuliner untuk mengikuti pelatihan dan pembinaan dari pemerintah.</p> <p>Memanfaatkan hubungan sosial dan lokasi strategis untuk memperluas pemasaran digital produk unggulan.</p> <p>Mendorong pengembangan produk khas Wonorejo yang memiliki potensi pasar luas.</p> | <p>Memanfaatkan dukungan pemerintah dan komunitas untuk peningkatan kualitas kemasan dan inovasi produk.</p> <p>Mengikuti pelatihan dan pendampingan kewirausahaan untuk memperkuat kapasitas pelaku UMKM.</p> <p>Menetapkan satu produk unggulan khas Wonorejo melalui program OVOP.</p> |
| <p>Ancaman (Threats)</p> <p>Persaingan antarproduk kuliner sangat ketat, baik dari dalam maupun luar daerah.</p> <p>Kenaikan harga bahan baku pangan (seperti telur, minyak, gula) dapat menekan margin keuntungan.</p> <p>Kurangnya perlindungan merek dan legalitas usaha, sehingga berisiko ditiru oleh pihak lain.</p> <p>Perubahan selera konsumen yang cepat membuat pelaku usaha harus adaptif terhadap tren makanan baru.</p>                                                                                                                                                                                             | <p>(S-T)</p> <p>Menjaga kepercayaan pelanggan dan kualitas produk untuk menghadapi persaingan ketat.</p> <p>Mengembangkan inovasi produk kuliner agar tetap sesuai dengan tren pasar.</p> <p>Meningkatkan kerja sama antar-UMKM agar lebih tangguh menghadapi fluktuasi harga bahan baku.</p>        | <p>(W-T)</p> <p>Mendorong legalitas usaha dan perlindungan merek agar tidak mudah ditiru.</p> <p>Memperkuat kemampuan adaptasi terhadap perubahan tren konsumen.</p> <p>Mencari alternatif bahan baku agar tidak tergantung pada harga pasar yang tidak stabil.</p>                       |

Berdasarkan analisis SWOT, teridentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pengembangan program OVOP di Kelurahan Wonorejo.

**Faktor Internal****Kekuatan (Strengths):**

1. Banyaknya UMKM aktif di bidang kuliner dengan produk makanan tradisional dan kue basah
2. Hubungan sosial masyarakat yang kuat melalui komunitas UMKM lokal
3. Dominasi usia produktif dalam menjalankan UMKM
4. Pengalaman usaha dan basis pelanggan tetap yang menunjukkan kepercayaan konsumen
5. Kontribusi positif terhadap ekonomi keluarga

**Kelemahan (Weaknesses):**

1. Belum ada identitas produk unggulan bersama yang mewakili Wonorejo
2. Keterbatasan modal dengan dominasi modal pribadi
3. Pendampingan kewirausahaan yang belum merata
4. Kemasan produk sederhana dan belum berstandar
5. Kurangnya pemahaman tentang program OVOP

**Faktor Eksternal****Peluang (Opportunities):**

1. Program pemerintah penguatan UMKM dan OVOP
2. Perkembangan teknologi digital dan e-commerce
3. Lokasi strategis di tengah kota Pekanbaru
4. Dukungan komunitas UMKM dan dinas terkait
5. Permintaan tinggi terhadap produk kuliner lokal

Dukungan pemerintah terhadap UMKM tertuang dalam berbagai regulasi, termasuk UU No. 9/1995 tentang Usaha Kecil, PP No. 44/1997 tentang Kemitraan, dan berbagai peraturan pendukung lainnya (Maharani & Nurlukman, 2023; Sombolayuk, 2023).

**Ancaman (Threats):**

1. Persaingan produk kuliner yang sangat ketat
2. Kenaikan harga bahan baku pangan
3. Kurangnya perlindungan merek dan legalitas usaha
4. Perubahan selera konsumen yang cepat

**Formulasi Strategi**

Berdasarkan matriks SWOT, dirumuskan empat strategi pengembangan:

**1. Strategi S-O (Strength-Opportunity)**

- Mengoptimalkan jumlah UMKM kuliner untuk mengikuti pelatihan dan pembinaan pemerintah
- Memanfaatkan hubungan sosial dan lokasi strategis untuk memperluas pemasaran digital
- Mendorong pengembangan produk khas Wonorejo dengan potensi pasar luas

Digitalisasi pemasaran melalui marketplace seperti Shopee dan media sosial (Instagram, Facebook, TikTok) terbukti efektif meningkatkan visibilitas produk dan menjangkau konsumen lebih luas (Rusdianto, 2024; Febi et al., 2023).

**2. Strategi W-O (Weakness-Opportunity)**

- Memanfaatkan dukungan pemerintah dan komunitas untuk peningkatan kualitas kemasan dan inovasi produk
- Mengikuti pelatihan dan pendampingan kewirausahaan untuk memperkuat kapasitas pelaku UMKM
- Menetapkan satu produk unggulan khas Wonorejo melalui program OVOP

Pemerintah melalui Kementerian Koperasi dan UKM aktif menyediakan pelatihan teknologi digital dan e-commerce untuk membantu UMKM memperluas akses pasar (Pratama et al., 2024).

**3. Strategi S-T (Strength-Threat)**

- Menjaga kepercayaan pelanggan dan kualitas produk untuk menghadapi persaingan ketat
- Mengembangkan inovasi produk kuliner sesuai tren pasar
- Meningkatkan kerja sama antar-UMKM menghadapi fluktuasi harga bahan baku

Retensi pelanggan melalui peningkatan kualitas layanan dan kepuasan terbukti lebih efisien dibanding akuisisi pelanggan baru (Nasir, 2017; Salamah et al., 2022).

**4. Strategi W-T (Weakness-Threat)**

- Mendorong legalitas usaha dan perlindungan merek
- Memperkuat kemampuan adaptasi terhadap perubahan tren konsumen
- Mencari alternatif sumber bahan baku untuk stabilitas harga

Desain kemasan yang baik berperan penting meningkatkan daya saing UMKM dengan memperkuat identitas merek dan meningkatkan nilai jual produk (Erlyana & Nadya, 2020). Hasil penelitian

menunjukkan bahwa Kelurahan Wonorejo memiliki potensi besar untuk pengembangan program OVOP, namun masih menghadapi tantangan struktural dan operasional. Temuan ini sejalan dengan penelitian Hidayati (2016) yang mengungkapkan kontribusi signifikan UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi daerah di Pekanbaru.

Keberhasilan program OVOP memerlukan sinergi multi-stakeholder sebagaimana diterapkan di berbagai negara Asia, Afrika, dan Amerika (ikm.kemenperin). Pengalaman daerah lain di Indonesia seperti Bukittinggi dan Pontianak dapat menjadi pembelajaran berharga dalam implementasi program. Aspek krusial yang perlu mendapat perhatian adalah transformasi digital pelaku UMKM. Pemanfaatan e-commerce dan media sosial terbukti membuka peluang perluasan pasar (Lestari et al., 2022), meskipun masih terkendala literasi digital dan kemampuan teknologi (Ramadhan et al., 2025).

## SIMPULAN

Kondisi eksisting Kelurahan Wonorejo menunjukkan potensi besar pengembangan OVOP dengan 162 UMKM aktif di sektor kuliner. Namun, program masih dalam tahap pengenalan, belum memiliki identitas produk unggulan khas, dan menghadapi kendala penurunan konsumen, keterbatasan modal, serta rendahnya literasi digital.

Strategi pengembangan OVOP dirumuskan dalam empat arah: (S-O) mengoptimalkan UMKM melalui pelatihan pemerintah dan digitalisasi pemasaran; (W-O) meningkatkan kualitas kemasan dan menetapkan produk unggulan; (S-T) menjaga kepercayaan pelanggan dan mengembangkan inovasi produk; (W-T) mendorong legalitas usaha dan diversifikasi sumber bahan baku.

## DAFTAR PUSTAKA

- Artini, N. R., Aryawan, I. M. G., & Astawa, I. N. W. (2019). Pengaruh modal sendiri dan lokasi usaha terhadap pendapatan usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Kabupaten Tabanan. *Majalah Ilmiah Universitas Tabanan*, 16(1), 35-39.
- Erlyana, Y., & Nadya. (2020). The effect of packaging design on the improvement of MSME brand value using the pre-test and post-tests methods. *Proceedings of the International Conference of Innovation in Media and Visual Design (IMDES 2020)* (pp. 261-267). Atlantis Press.
- Febi, R. N., Sitompul, S. E., Kristina, R. W., Ningrum, T. D. A., & Nofirda, F. A. (2023). Analisis digital marketing berbasis aplikasi Shopee sebagai sarana promosi produk UMKM. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 27676-27684.
- Harianto, H. (2019). Pendekatan One Village One Produk (OVOP) dalam pemberdayaan ekonomi desa. *Seminar Nasional Sistem Informasi (SENASIF)*.
- Hidayati, N. (2016). *Pengaruh pertumbuhan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) terhadap pertumbuhan ekonomi daerah Kabupaten Bogor periode 2012-2015* [Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta].
- Lestari, M. K., Masruchin, & Krisnaningsih, D. (2022). Analisis strategi pemasaran online produk fashion pada UMKM di Kota Surabaya. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 5(2), 45-56.
- Maharani, A., & Nurlukman, A. D. (2023). Peran pemerintah dalam pengembangan UMKM melalui sosial media dan e-commerce di Kota Tangerang. *Sebatik*, 27(1), 333-343.
- Martiah, A., Hamzah, Z., & Puspita, J. (2024). Analisis perilaku konsumen digital terhadap produk UMKM: Implikasi untuk strategi pemasaran. *Jurnal Economic Education (ECOEDU)*, 5(1), 93-104.
- Mulyani, S., & Rahmawati, N. (2021). Sumber informasi dan jaringan sosial pelaku UMKM dalam pengembangan usaha di wilayah pedesaan. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat (JPPM)*, 5(3), 220-230.
- Mulyana, & Rakhmawati. (2024). *Dampak digitalisasi terhadap omzet UMKM sektor makanan dan fashion*.

- Nasir, S. (2017). Customer retention strategies and customer loyalty. In *Advertising and Branding: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications* (pp. 1178-1201). IGI Global Scientific Publishing.
- Prasetyaningrum, D. (2022). Peran pengalaman dalam pengembangan kapasitas pelaku UMKM di era digital. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Indonesia*, 11(2), 145-157.
- Pratama, B. H. S., Maghfiroh, S., Sifa, A., Rohmah, K. N., Ridwan, M., & Sofiah, U. (2024). Peran pemerintah dan strategi penguatan ekonomi kerakyatan dalam pemberdayaan UMKM go digital di Purwokerto. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 3(4), 382-401.
- Rahayu, S. (2020). Peran UMKM dalam mengurangi pengangguran dan kemiskinan di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 28(2), 123-134.
- Ramadhan, M. R. A., Rashed, A., & Buana, A. W. (2025). Penyuluhan legalitas hak kepemilikan merek produk UMKM di Desa Wisata Rotan, Trangsang, Gatak, Sukoharjo. *Berajah Journal*, 4(10), 1805-1814.
- Ramadona, D. D., & Ajidin, A. (2024). Implementasi kebijakan One Village One Product (OVOP) terlaksana pada Kampung Rendang di Kota Payakumbuh. *Journal Publicuho*, 7(3), 1460-1470.
- Rangkuti, F. (2014). *Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rifa'i, B. (2013). Efektivitas pemberdayaan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) krupuk ikan dalam program pengembangan labsite pemberdayaan masyarakat Desa Kedung Rejo Kecamatan Jabon Kabupaten Sidoarjo. *Kebijakan dan Manajemen Publik*, 1(1), 130-136.
- Rusdianto, U. (2024). Penerapan strategi komunikasi pemasaran digital di marketplace: Studi kasus mitra Ruang Kreasi di Shopee. *Journal of Social and Economics Research*, 6(2), 103-116.
- Salamah, A. A., Hassan, S., Aljaafreh, A., Zabadi, W. A., AlQudah, M. A., Hayat, N., Al Mamun, A., & Kanesan, T. (2022). Customer retention through service quality and satisfaction: Using hybrid SEM-neural network analysis approach. *Heliyon*, 8(9), e10570.
- Sari, K., & Hikmah, H. (2024). Pengaruh tenaga kerja terhadap pendapatan UMKM, modal sendiri, dan kredit usaha rakyat (Studi kasus di Kecamatan Sekupang Kota Batam). *ECo-Buss*, 7(1), 23-32.
- Sintia Dewi, K. Y., & Sudiarawan. (2023). *Landasan hukum program OVOP di Indonesia*.
- Sombolayuk, W. (2023). Pengaruh kebijakan pemerintah terhadap kinerja perusahaan UKM: Studi empiris UKM di Kota Makassar. *SIMAK*, 21(01), 37-55.
- Soviyana, A., Hidayat, R., & Kurniawan, D. (2022). Strategi pengembangan usaha berbasis keunggulan kompetitif, komparatif, dan sinergis. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*.
- Sudarno, S. (2011). Kontribusi usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam penyerapan tenaga kerja di Depok. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 139-146.
- Suryana, D. (2020). *Analisis pengaruh migrasi terhadap perkembangan kota*. Repository Universitas Islam Riau.
- Widiyanti, A. (2023). A comparative study: One Village One Product (OVOP) as an engine of local economic development in Japan and Indonesia. *Jurnal Litbang Sukowati: Media Penelitian dan Pengembangan*, 1(2), 45-57.
- Widyastuti, L. Y., Maulana, H., Erik, E., Izzah, K. A., & Azzahra, Y. C. (2023). Perluasan potensi pasar produk lokal dengan e-commerce pada pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 4 (2) 51-63.