


Pendampingan Peningkatan Kapasitas Usaha Empu Keris di Desa Wisata Aeng Tong-Tong Kabupaten Sumenep melalui Penyusunan Business Model Canvas dan Penguatan Pemasaran Digital

Nur Diana Khalida^{1*}, Rahmat Zulkarnain², Ahmad Syauqi³, Hanifah Fauziyah⁴, Any Sani'atin⁵, Nurul Hidayat⁶, Wakik⁷, Najiatun⁸

^{1, 2, 3, 4, 5, 6} Manajemen, Universitas Bahaudin Mudhary Madura, Jl. Raya Lenteng, No. 10 Batuan, Sumenep – Madura, 69451, Indonesia

E-mail: nurdianakhalida@unibamadura.ac.id

* Corresponding Author

 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.5974>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 16 Maret 2026

Revised: 20 Maret 2026

Accepted: 30 Maret 2026

Kata Kunci

Empu Keris, Business Model Canvas, Pemasaran Digital, Pengabdian Kepada Masyarakat, Ekonomi Kreatif

Keywords

Keris Craftsmen, Business Model Canvas, Digital Marketing, Community Service, Creative Economy



ABSTRACT

Kerajinan keris merupakan produk budaya tradisional yang memiliki nilai historis, filosofis, dan ekonomi tinggi, namun belum sepenuhnya didukung oleh kemampuan pengelolaan usaha yang memadai. Empu dan pengrajin keris di Desa Wisata Aeng Tong-Tong, Kabupaten Sumenep, menghadapi berbagai permasalahan, antara lain belum tersusunnya model bisnis yang terstruktur serta minimnya pemanfaatan pemasaran digital dalam pengembangan usaha. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas usaha empu keris melalui pendampingan penyusunan *Business Model Canvas* (BMC) dan penguatan strategi pemasaran digital sebagai upaya mendukung keberlanjutan usaha dan pelestarian budaya lokal. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif-kolaboratif yang meliputi pelatihan penyusunan BMC, pendampingan pemasaran digital, serta monitoring dan evaluasi implementasi program. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman mitra terhadap struktur model bisnis, segmentasi pasar, dan strategi pemasaran berbasis digital. Selain itu, terjadi peningkatan kapasitas manajerial, perluasan wawasan pasar, serta kepercayaan diri empu dalam mengembangkan usaha secara lebih terencana dan berorientasi pasar. Program ini memberikan dampak multidimensional, tidak hanya pada aspek ekonomi, tetapi juga dalam memperkuat kesadaran mitra akan pentingnya strategi bisnis untuk menjaga keberlanjutan kerajinan keris sebagai warisan budaya. Kegiatan pengabdian ini berpotensi menjadi model pemberdayaan pengrajin berbasis potensi lokal yang terintegrasi antara penguatan ekonomi kreatif dan pelestarian budaya.

Keris craftsmanship represents a traditional cultural product with high historical, philosophical, and economic value; however, it has not been fully supported by adequate business management capabilities. Keris masters (empu) and craftsmen in Aeng Tong-Tong Tourism Village, Sumenep Regency, face several challenges, including the absence of a structured business model and limited utilization of digital marketing for business development. This community service program aims to enhance the business capacity of keris craftsmen through assistance in developing a Business Model Canvas (BMC) and strengthening digital marketing strategies to support business sustainability and the preservation of local cultural heritage. The program employed a participatory–collaborative approach, including BMC training, digital marketing assistance, and monitoring and evaluation of program implementation. The results indicate an improvement in participants' understanding of business model structures, market segmentation, and digital-based marketing strategies. Furthermore, there was an increase in managerial capacity, market insight, and self-confidence among the craftsmen in developing their businesses in a more structured and market-oriented manner. This program generated multidimensional impacts, not only in economic

aspects but also in strengthening awareness of the importance of business strategies to sustain keris craftsmanship as a cultural heritage. This community service initiative has the potential to serve as a model for local potential-based artisan empowerment that integrates creative economic development and cultural preservation.



This is an open access article under the CC-BY-SA license.

How to Cite: Nur Diana Khalida et al (2026). Pendampingan Peningkatan Kapasitas Usaha Empu Keris di Desa Wisata Aeng Tong-Tong Kabupaten Sumenep melalui Penyusunan Business Model Canvas dan Penguatan Pemasaran Digital <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.5974>

PENDAHULUAN

Industri kreatif merupakan salah satu sektor strategis dalam kebijakan pembangunan nasional yang terus didorong untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi berbasis inovasi dan budaya lokal. Dalam beberapa tahun terakhir, perhatian pemerintah terhadap sektor ini cenderung terfokus pada subsektor seperti fashion, film, desain grafis, dan komunikasi visual (Zakik et al., 2026). Sementara itu, produk budaya tradisional seperti kerajinan keris belum memperoleh perhatian yang sebanding, meskipun memiliki nilai historis, filosofis, dan kultural yang tinggi. Kabupaten Sumenep yang dikenal sebagai Kota Keris memperkuat identitas tersebut melalui pengembangan simbol budaya dan promosi warisan lokal sebagai bagian dari strategi pembangunan daerah (K et al., 2025a).

Keris merupakan salah satu simbol budaya bangsa Indonesia yang telah diakui sebagai warisan budaya dunia dan tersebar di berbagai wilayah seperti Madura, Jawa, Bali, Lombok, Sumatra, Kalimantan, dan Sulawesi. Kabupaten Sumenep tercatat sebagai daerah dengan jumlah pengrajin keris terbanyak selama lebih dari satu dekade, dengan Desa Aeng Tong-Tong ditetapkan sebagai Desa Keris sebagai bentuk pengakuan atas keterampilan masyarakatnya dalam pembuatan keris (Nurul Hidayat et al., 2025). Desa Wisata Aeng Tong-Tong menjadi pusat industri keris terbesar di Indonesia dengan ratusan empu aktif yang memproduksi keris melalui teknik tradisional yang diwariskan secara turun-temurun.

Proses produksi keris melibatkan tahapan kompleks mulai dari perancangan bentuk, penempaan bilah, pembentukan pamor, hingga penyelesaian bagian dedar dan warangka. Produksi dilakukan berdasarkan pesanan sehingga menghasilkan karya unik dan bernilai seni tinggi. Namun demikian, potensi tersebut belum sepenuhnya diikuti oleh kemampuan pengelolaan usaha yang memadai. Mitra pengrajin menghadapi berbagai permasalahan, antara lain keterbatasan modal usaha, rendahnya pemanfaatan pemasaran digital, serta pengelolaan limbah produksi berupa sisa logam dan kayu yang belum optimal (Arifah et al., 2023).

Pendekatan circular economy menawarkan solusi yang relevan melalui pemanfaatan kembali material produksi, pengurangan limbah, serta peningkatan nilai tambah produk. Dalam konteks industri keris, penerapan konsep ini dapat dilakukan melalui penggunaan ulang sisa logam sebagai bahan baku dan pengolahan limbah kayu menjadi produk turunan seperti souvenir atau dekorasi (Hidayat, Firstiani, et al., 2025). Selain itu, pemanfaatan teknologi ramah lingkungan berpotensi mendukung keberlanjutan produksi sekaligus menekan dampak lingkungan (Najiatusun et al., 2025).

Di sisi lain, peningkatan daya saing empu keris juga memerlukan penguatan aspek pemasaran dan model bisnis. Digitalisasi pemasaran melalui platform daring, penguatan branding, serta pengembangan strategi pemasaran hijau menjadi peluang untuk memperluas akses pasar (Hidayat et al., 2023). Business Model Canvas (BMC) dapat dimanfaatkan sebagai alat praktis dalam pendampingan mitra untuk memetakan strategi usaha secara sistematis, mencakup sembilan elemen utama yang membantu pengrajin memahami struktur nilai, segmen pasar, serta potensi pengembangan usaha (Khas & Hidayat, 2025).

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diarahkan pada pendampingan empu dan pengrajin keris di Desa Wisata Aeng Tong-Tong melalui integrasi konsep circular economy dan Business Model Canvas. Pendampingan difokuskan pada peningkatan kapasitas pengelolaan usaha, pemanfaatan limbah produksi, serta penguatan strategi pemasaran berbasis digital sehingga diharapkan mampu meningkatkan pendapatan sekaligus menjaga keberlanjutan warisan budaya keris sebagai identitas lokal Kabupaten Sumenep (Yuni K et al., 2025).

Sebagai bagian dari implementasi kegiatan, identifikasi kondisi mitra dilakukan untuk memastikan kesesuaian program yang dirancang. Mitra kegiatan ini adalah empu dan pengrajin keris yang menjalankan usaha berbasis keterampilan tradisional secara turun-temurun dengan karakteristik produksi berbasis pesanan, skala usaha rumah tangga, serta pengelolaan administrasi bisnis yang masih sederhana (K et al., 2025b). Kondisi awal mitra menunjukkan keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital, pengelolaan limbah produksi, serta belum adanya pemetaan model bisnis yang terstruktur. Aktivitas usaha lebih berorientasi pada produksi dan penjualan langsung tanpa perencanaan strategi pengembangan jangka panjang, sehingga diperlukan intervensi pendampingan yang sistematis.

Berdasarkan hasil identifikasi tersebut, permasalahan yang menjadi fokus kegiatan pengabdian ini meliputi rendahnya pemanfaatan limbah produksi sebagai sumber nilai tambah ekonomi, minimnya penggunaan media digital dalam pemasaran produk, serta belum adanya pemetaan model bisnis yang komprehensif untuk mendukung pengembangan usaha empu keris secara berkelanjutan (Hidayat, Rahman, et al., 2025). Untuk menjawab permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian dirancang dalam bentuk pelatihan penyusunan Business Model Canvas, workshop penerapan circular economy, pengembangan prototipe produk berbasis limbah, serta penyusunan modul pendampingan dan sertifikasi partisipasi mitra.

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan kapasitas empu dan pengrajin keris dalam mengelola usaha secara berkelanjutan melalui pendekatan circular economy dan Business Model Canvas. Secara khusus, kegiatan ini bertujuan meningkatkan pemahaman mitra dalam pemanfaatan limbah produksi menjadi produk bernilai tambah, mendorong penggunaan media digital sebagai sarana pemasaran, membantu penyusunan model bisnis yang sistematis, serta menghasilkan luaran berupa modul pelatihan, prototipe produk, dan peningkatan kapasitas manajerial mitra (Hidayat, Najiatun, et al., 2025).

Dengan tercapainya tujuan tersebut, kegiatan pengabdian ini diharapkan tidak hanya memberikan dampak ekonomi bagi mitra, tetapi juga berkontribusi terhadap pelestarian budaya keris serta penguatan praktik usaha yang ramah lingkungan dan berkelanjutan.

METODE

Dalam upaya meningkatkan kapasitas usaha empu keris di Desa Wisata Aeng Tong-Tong, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif-kolaboratif yang menempatkan mitra sebagai subjek utama dalam proses pembelajaran dan implementasi program. Pendekatan ini dirancang agar intervensi yang diberikan tidak hanya meningkatkan pemahaman konseptual, tetapi juga dapat diterapkan secara mandiri dalam praktik pengelolaan usaha sehari-hari (Sugiyono, 2015). Fokus utama kegiatan mencakup penguatan pemahaman model bisnis melalui penyusunan Business Model Canvas serta peningkatan kemampuan pemasaran melalui pemanfaatan media digital.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan terintegrasi sebagai berikut:

1. Pelatihan Penyusunan Model Bisnis (Business Model Canvas)

Tahap awal kegiatan berupa penyelenggaraan pelatihan yang bertujuan meningkatkan kapasitas pengetahuan empu keris terkait pengelolaan usaha secara sistematis. Materi pelatihan mencakup pengenalan konsep Business Model Canvas (BMC), fungsi strategisnya dalam perencanaan usaha, serta pemahaman sembilan elemen utama yang meliputi segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, hubungan pelanggan, sumber pendapatan, sumber daya utama, aktivitas utama, mitra utama, dan struktur biaya (K et al., 2025b).

Pada sesi praktik, peserta dilibatkan secara langsung dalam proses pemetaan model bisnis usaha masing-masing dengan bimbingan tim pengabdian. Mitra mengidentifikasi kondisi usaha yang sedang dijalankan, peluang pengembangan pasar, serta potensi peningkatan nilai tambah produk keris. Kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan kesadaran empu terhadap pentingnya perencanaan strategis dalam pengelolaan usaha yang berkelanjutan.

2. Pendampingan Pemasaran Digital dan Konsultasi Pengembangan Usaha

Tahap berikutnya berupa pendampingan teknis yang dilakukan secara langsung kepada mitra dalam mengimplementasikan strategi pemasaran digital. Kegiatan ini mencakup pengenalan pemanfaatan media sosial dan platform daring sebagai sarana promosi produk, penyusunan konten

pemasaran sederhana, serta penguatan identitas produk melalui branding digital (Hidayat, Najiatusun, et al., 2025).

Tim pengabdian memberikan bimbingan praktis terkait pengambilan foto produk, penulisan deskripsi promosi, serta strategi komunikasi dengan calon konsumen melalui media digital. Pendampingan dilakukan secara dialogis agar mitra dapat menyampaikan kendala yang dihadapi dan memperoleh solusi yang sesuai dengan karakteristik usaha kerajinan berbasis budaya. Selain itu, konsultasi pengembangan usaha juga diberikan untuk membantu mitra mengintegrasikan hasil penyusunan BMC ke dalam praktik pemasaran yang dijalankan (Firdaus et al., 2025).

3. Monitoring Implementasi dan Evaluasi Program

Tahap akhir kegiatan berupa monitoring dan evaluasi untuk menilai efektivitas program pendampingan. Monitoring dilakukan melalui kunjungan lapangan dan komunikasi berkala guna mengamati penerapan model bisnis yang telah disusun serta aktivitas pemasaran digital yang dilakukan oleh mitra.

Evaluasi dilakukan dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah kegiatan melalui observasi, diskusi kelompok, serta pengisian kuesioner sederhana. Indikator yang digunakan untuk mengukur keberhasilan kegiatan meliputi:

- a. Peningkatan pemahaman mitra terhadap konsep Business Model Canvas,
- b. Kemampuan menyusun pemetaan model bisnis usaha keris,
- c. pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi produk,
- d. Peningkatan kapasitas manajerial dalam pengelolaan usaha,
- e. Respons mitra terhadap manfaat program bagi pengembangan usaha mereka.

Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar penyusunan rekomendasi kegiatan lanjutan serta untuk memastikan keberlanjutan dampak program terhadap peningkatan kapasitas usaha empu keris.

Dengan penerapan metode pelaksanaan yang sistematis dan partisipatif ini, kegiatan pengabdian diharapkan mampu menghasilkan perubahan nyata dalam tata kelola usaha mitra, sehingga empu keris di Desa Wisata Aeng Tong-Tong dapat mengembangkan usaha secara lebih terstruktur, adaptif terhadap perkembangan pasar, serta tetap menjaga nilai budaya yang melekat pada produk keris sebagai warisan lokal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada pendampingan peningkatan kapasitas usaha empu dan pengrajin keris melalui penguatan model bisnis dan strategi pemasaran menunjukkan hasil yang signifikan dan bersifat komprehensif. Dampak program tidak hanya terlihat pada aspek teknis pengelolaan usaha, tetapi juga pada perubahan pola pikir (mindset) mitra dalam memandang usaha kerajinan keris sebagai aktivitas ekonomi yang memerlukan perencanaan, strategi, dan orientasi pasar yang jelas (Hidayat, Najiatusun, et al., 2025). Perubahan tersebut tercermin dari meningkatnya pemahaman mitra terhadap nilai usaha, struktur bisnis, serta peluang pengembangan pemasaran berbasis digital.

Penguatan Pemahaman Produksi dan Nilai Usaha Keris

Tahap awal kegiatan diawali dengan observasi lapangan dan keterlibatan langsung tim pengabdian dalam aktivitas produksi keris bersama empu dan pengrajin mitra. Pendekatan partisipatif ini dilakukan untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai alur produksi, penggunaan bahan baku, teknik pengerjaan, serta tantangan yang dihadapi dalam menjaga kualitas produk dan kesinambungan usaha. Keterlibatan langsung tim di lokasi produksi juga menjadi sarana membangun kepercayaan dan komunikasi yang lebih terbuka antara tim pengabdian dan mitra.



Gambar 1. Proses Produksi Keris di Desa Wisata Aeng Tong-Tong Kabupaten Sumenep

Gambar 1 memperlihatkan proses produksi keris yang masih didominasi oleh keterampilan tradisional, mulai dari penempaan bilah hingga tahap penyelesaian akhir. Proses tersebut mengandalkan keahlian empu yang diwariskan secara turun-temurun serta penggunaan peralatan sederhana. Kondisi ini menunjukkan bahwa produksi keris tidak semata-mata berorientasi pada kuantitas, melainkan lebih menekankan pada kualitas, nilai seni, dan makna filosofis yang melekat pada setiap karya (Yuni K et al., 2025).

Hasil observasi menegaskan bahwa kerajinan keris memiliki nilai ekonomi sekaligus nilai budaya yang tinggi. Namun demikian, sebagian besar empu masih memandang aktivitas produksi sebagai rutinitas tradisional tanpa dikaitkan secara langsung dengan strategi pengembangan usaha. Oleh karena itu, pemetaan kondisi produksi ini menjadi dasar penting dalam merancang program pendampingan yang tidak hanya menghormati kearifan lokal, tetapi juga mendorong peningkatan daya saing usaha secara berkelanjutan.

Pelatihan Model Bisnis dan Penguatan Strategi Pemasaran

Tahap selanjutnya difokuskan pada peningkatan kapasitas manajerial melalui pelatihan penyusunan *Business Model Canvas* (BMC) dan penguatan strategi pemasaran, khususnya pemasaran digital. Pelatihan ini dirancang untuk membantu empu dan pengrajin memahami struktur usaha secara lebih sistematis, mulai dari identifikasi segmen pelanggan, perumusan proposisi nilai, hingga pemilihan saluran distribusi yang sesuai dengan karakter produk keris (Arifah et al., 2021).



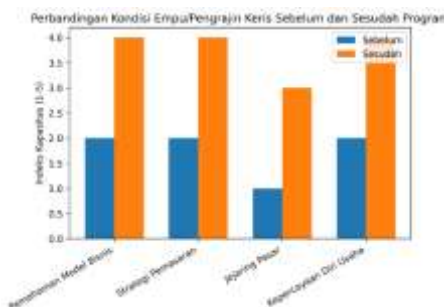
Gambar 2. Pelatihan dan Pendampingan Penyusunan Business Model Canvas dan Penguatan Pemasaran Digital

Gambar 2 menunjukkan proses pelatihan yang berlangsung secara interaktif, di mana mitra terlibat aktif dalam diskusi dan pengisian elemen-elemen BMC. Melalui pendampingan ini, empu mulai menyadari bahwa produk keris memiliki segmen pasar yang spesifik, seperti kolektor, pecinta budaya, wisatawan, dan pasar daring yang lebih luas. Pemahaman tersebut mendorong mitra untuk melihat peluang pasar di luar lingkup penjualan konvensional yang selama ini mengandalkan relasi personal dan promosi dari mulut ke mulut.

Selain itu, penguatan pemasaran digital memberikan wawasan baru bagi mitra terkait pemanfaatan media sosial dan platform online sebagai sarana promosi dan komunikasi dengan pelanggan. Mitra mulai memahami pentingnya dokumentasi visual produk, narasi cerita di balik pembuatan keris, serta konsistensi dalam membangun identitas usaha (K et al., 2025b). Hal ini menjadi langkah awal dalam membangun citra usaha kerajinan keris yang lebih profesional dan berorientasi pasar.

Perubahan Kapasitas Usaha Sebelum dan Sesudah Program Pendampingan

Evaluasi terhadap pelaksanaan program menunjukkan adanya peningkatan kapasitas usaha mitra pada berbagai aspek utama, meliputi pemahaman model bisnis, strategi pemasaran, jejaring pasar, serta kepercayaan diri dalam mengelola dan mengembangkan usaha. Perubahan ini menunjukkan bahwa pendekatan pendampingan yang mengombinasikan praktik lapangan dan pelatihan konseptual mampu memberikan dampak yang nyata bagi pengrajin.



Gambar 3. Perbandingan Kondisi Empu/Pengrajin Keris di Desa Wisata Aeng Tong-Tong Kabupaten Sumenep Sebelum dan Sesudah Program Pendampingan

Berdasarkan grafik pada Gambar 3, terlihat adanya peningkatan pada seluruh indikator kapasitas usaha setelah program pengabdian dilaksanakan. Peningkatan paling signifikan terjadi pada aspek pemahaman model bisnis dan strategi pemasaran, yang menunjukkan bahwa pelatihan BMC dan pemasaran digital berhasil meningkatkan literasi usaha mitra (Nurul Hidayat et al., 2025). Selain itu, peningkatan jejaring pasar dan kepercayaan diri usaha mencerminkan kesiapan empu dan pengrajin untuk menjangkau pasar yang lebih luas serta mengelola usaha secara lebih terencana.

Implikasi terhadap Penguatan Usaha Empu Keris

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memberikan dampak multidimensional terhadap penguatan usaha empu dan pengrajin keris di Desa Wisata Aeng Tong-Tong. Program tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis dan manajerial, tetapi juga membangun kesadaran kolektif mengenai pentingnya strategi bisnis dalam menjaga keberlanjutan kerajinan tradisional. Pendampingan yang berbasis partisipasi aktif terbukti efektif dalam mendorong perubahan perilaku usaha, terutama dalam hal perencanaan bisnis dan pemanfaatan peluang pemasaran digital.

Dengan demikian, kegiatan ini dapat dijadikan sebagai model pemberdayaan pengrajin berbasis potensi lokal yang terintegrasi antara pelestarian budaya dan penguatan ekonomi kreatif. Keberhasilan program ini menunjukkan bahwa pendekatan pengabdian yang kontekstual dan adaptif mampu memberikan kontribusi nyata bagi peningkatan kapasitas usaha masyarakat sekaligus menjaga nilai-nilai tradisi yang melekat pada kerajinan keris.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Ucapan terima kasih secara khusus disampaikan kepada para empu dan pengrajin keris di Desa Wisata Aeng Tong-Tong, Kabupaten Sumenep, yang telah berpartisipasi secara aktif dan terbuka selama proses observasi, pelatihan, serta pendampingan penguatan model bisnis dan strategi pemasaran. Apresiasi juga disampaikan kepada pemerintah desa dan pengelola Desa Wisata Aeng Tong-Tong atas dukungan, fasilitasi, dan kerja sama yang diberikan sehingga kegiatan pengabdian ini dapat terlaksana dengan baik. Selain itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada tim pelaksana dan mahasiswa yang terlibat atas dedikasi, kerja sama, dan kontribusi nyata dalam mendukung keberhasilan program pengabdian ini. Semoga hasil kegiatan ini dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi penguatan kapasitas usaha empu keris, pelestarian warisan budaya, serta pengembangan ekonomi kreatif daerah.

REFERENSI

- Arifah, H. K. N., Firdaus, J., Sani'atin, A., Ediawan, H. F., & Hidayat, N. (2021). *Pelatihan dan Pendampingan Pencatatan Laporan Keuangan Menggunakan Aplikasi Sepran pada Pelaku Usaha UMKM Batik Tulis Safira di Pakandangan Barat Training*. 48(2), 39–62. www.ine.es
- Arifah, H. K. N., Hidayat, N., & Arifin, S. (2023). ANALISIS RASIO KEUANGAN UNTUK MENGUKUR KINERJA KEUANGAN PEMERINTAH DAERAH PENERIMA OTONOMI KHUSUS PADA KABUPATEN/KOTA SE PROVINSI PAPUA TAHUN 2017-2021. *Journal of Management Studies*, 17(1), 9–28.
- Firdaus, J., Khalida, N. D., & Hidayat, N. (2025). Peningkatan Daya Saing UMKM Camilan Khas Madura melalui Pelatihan dan Pendampingan Pengemasan Produk dengan Teknologi Vacuum

- Sealer dan Labelisasi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(1), 6435–6439. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2822>
- Hidayat, N., Arifah, H. K. N., K, K. C. Y., & Hidayati, A. (2023). DETERMINAN PRODUKSI TEMBAKAU PADA LAHAN TEGAL DAN LAHAN GUNUNG DALAM PRESPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Di Kecamatan Batumarmar Kabupaten Pamekasan). *Edunomika*, 183(2), 153–164.
- Hidayat, N., Firstiani, R., Rahman, H., & Putri, R. O. (2025). *Pengantar Ekonomi Makro*. CV Angkasa Media Literasi.
- Hidayat, N., Najiatun, Anshori, S., Hasanah, N., & Yuni, K. C. (2025). *Pengantar Bisnis (Inovasi Model Bisnis Berbasis Circular Economy)*. CV Angkas Media Literasi.
- Hidayat, N., Rahman, H., Arifin, F., Fauziyah, H., Anshori, S., & Sani'atin, A. (2025). Digitalisasi UMKM Camilan Khas Madura : Pendampingan Pencatatan Keuangan dengan Aplikasi Sepran dan Optimalisasi Pemasaran melalui. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(1), 6428–6434. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2650>
- K, K. C. Y., Hidayat, N., & Musfiroh, A. (2025a). *KEWIRAUSAHAAN BERKELANJUTAN MEMBANGUN EKOSISTEM DAIRY AQUACULTURE NEXUS BERBASIS EKONOMI SYARIAH (Teori, Praktik Dan Strategi Inovatif Dalam Circular Economy Untuk Generasi Wirausaha Baru)*. LPPM UNHASY Tebuireng Jombang.
- K, K. C. Y., Hidayat, N., & Musfiroh, A. (2025b). Redesigning a Circular Business Model Canvas (CBMC) for smallholder dairy farming : Financial feasibility and SDG alignment in Sarangan , Indonesia. *Jurnal Perspektif Pembiayaan Dan Pembangunan Daerah*, 13(3), 224–243. <https://doi.org/10.22437/ppd.v13i3.36620>
- Khas, A., & Hidayat, N. (2025). *Pengantar Manajemen*. CV Angkasa Media Literasi. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=h_Tf3PYAAAAJ&cst art=20&pagesize=80&citation_for_view=h_Tf3PYAAAAJ:gsN89kCJA0AC
- Najiatun, Wulandari, N., Hidayat, N., Arifah, H. K. N., Khan, H. A. U., & Rohmayati, N. S. (2025). *Pengantar Bisnis*. *Academia.Edu, Pengantar Bisnis*, 366.
- Nurul Hidayat, Jannatul Firdaus, Hertin Khalifatun Nisa Arifah, Any Sani'atin, Edi Awan, & Nur Diana Khalida. (2025). Pengembangan Sentra Pengrajin Keris Melalui Strategi Pemasaran Terintegrasi Menggunakan Platform Marketplace di Desa Aeng Tongtong Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 3(4), 1291–1296. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v3i4.650>
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta.
- Yuni K, K. C., Hidayat, N., & Musfiroh, A. (2025). Closed-Loop Sytem in Sarangan Magetan Dairy Farm: Designing a Business Model Canvas for Resource Optimization. *Eqien - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 14(2), 468–481. <https://doi.org/10.34308/eqien.v14i2.1996>
- Zakik, Kristina, A., & Hidayat, N. (2026). *PENGANTAR EKONOMI MIKRO*. CV Angkasa Media Literasi Anggota.