

# Pemberdayaan UMKM Becek Menthok Sor Sawo melalui Pelatihan Produksi Video Feature

Yunanto Tri Laksono<sup>1\*</sup>, Sutikno<sup>2</sup>, Krisna Yuwono Fora<sup>3</sup>, Mega Pandan Wangi<sup>4</sup>, Moh Ali Rivani<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Universitas Dinamika

[yunanto@dinamika.ac.id](mailto:yunanto@dinamika.ac.id)<sup>1</sup>

## Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Becek Menthok Sor Sawo dalam memanfaatkan media audiovisual sebagai strategi promosi berbasis digital. Permasalahan utama mitra meliputi keterbatasan literasi media, rendahnya keterampilan produksi video, serta belum optimalnya pemanfaatan konten visual dalam pemasaran produk. Kegiatan ini menggunakan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) dengan tahapan identifikasi masalah, perencanaan, pelaksanaan pelatihan, pendampingan, dan evaluasi. Pelatihan difokuskan pada produksi video *feature* yang mencakup praproduksi (penyusunan konsep dan naskah), produksi (teknik pengambilan gambar, komposisi, dan pergerakan kamera), serta pascaproduksi (editing dan publikasi konten). Evaluasi dilakukan melalui metode *pre-test* dan *post-test* serta observasi terhadap hasil karya peserta. Hasil menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada aspek pengetahuan dan keterampilan, dengan rata-rata nilai peserta meningkat dari 58,3 menjadi 82,7. Selain itu, peserta berhasil menghasilkan video *feature* yang mampu merepresentasikan identitas produk secara lebih komunikatif dan estetis. Luaran kegiatan berupa konten video promosi yang siap digunakan pada platform digital diharapkan dapat memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan daya saing UMKM. Dengan demikian, kegiatan ini berkontribusi terhadap penguatan ekonomi kreatif berbasis komunitas melalui pemanfaatan media audiovisual berupa film dokumenter.

**Kata Kunci:** Pemberdayaan UMKM; Video Feature; Participatory Action Research; Media Audiovisual; Ekonomi Kreatif

DOI: <https://doi.org/10.20111/gayatri.v4i1.78>

\*Correspondensi: Yunanto Tri Laksono

Email: [yunanto@dinamika.ac.id](mailto:yunanto@dinamika.ac.id)

Received: 14-03-2026

Accepted: 09-04-2026

Published: 04-23-2026



Gayatri is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

Copyright: © 2026 by the authors.

## Abstract

*This community service activity aims to enhance the capacity of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), specifically Becek Menthok Sor Sawo, in utilizing audiovisual media as a digital-based promotional strategy. The main problems faced by the partner include limited media literacy, low video production skills, and suboptimal use of visual content in product marketing. This program employs a Participatory Action Research (PAR) approach, consisting of stages such as problem identification, planning, training implementation, mentoring, and evaluation. The training focuses on feature video production, covering pre-production (concept and script development), production (shooting techniques, composition, and camera movement), and post-production (editing and content publication). Evaluation was conducted using pre-test and post-test methods, as well as observation of participants' work. The results indicate a significant improvement in both knowledge and skills, with the average participant score increasing from 58.3 to 82.7. In addition, participants successfully produced feature videos that are more communicative and aesthetically represent the product identity. The outputs of this activity include promotional video content ready for use on digital platforms, which is expected to expand marketing reach and enhance the competitiveness of MSMEs. Thus, this program contributes to strengthening community-based creative economy through the utilization of audiovisual media in the form of documentary films.*

## I. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Di Indonesia, sektor UMKM terbukti menjadi tulang punggung perekonomian nasional karena kontribusinya yang signifikan dalam penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, serta penguatan struktur ekonomi berbasis komunitas. Bahkan, UMKM tidak hanya berfungsi sebagai penyangga ekonomi pada kondisi normal, tetapi juga mampu bertahan dalam situasi krisis ekonomi, sehingga berkontribusi terhadap ketahanan ekonomi nasional secara berkelanjutan (Satriani, Putri, A., & Yulianto, 2024). Seiring dengan perkembangan teknologi dan transformasi ekonomi global, UMKM dituntut untuk beradaptasi dengan ekosistem digital guna meningkatkan daya saing dan memperluas akses pasar. Digitalisasi memungkinkan pelaku UMKM untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pemasaran, serta membangun interaksi yang lebih intensif dengan konsumen melalui platform digital dan *e-commerce* (Angraini et al., 2024). Namun demikian, perkembangan UMKM di era digital masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam hal kesiapan sumber daya manusia, keterbatasan literasi digital, akses terhadap infrastruktur teknologi, serta kemampuan dalam mengelola strategi pemasaran berbasis digital (Handayani, n.d.)

Selain itu, rendahnya tingkat adopsi teknologi pada sebagian pelaku UMKM juga disebabkan oleh kurangnya pemahaman terhadap manfaat digitalisasi serta keterbatasan modal untuk investasi teknologi. Kondisi ini berdampak pada belum optimalnya pemanfaatan media promosi digital sebagai sarana untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing produk di pasar yang semakin kompetitif. (Handayani, R. F., Hikmah, N. F., Awaf, S. A., Naufal, M., Zahro, A., Astuti, D., & Mardiana, 2025). Oleh karena itu, diperlukan upaya strategis melalui peningkatan literasi digital, pendampingan, serta penguatan kebijakan yang mendukung transformasi digital UMKM agar mampu beradaptasi secara efektif di era ekonomi digital yang terus berkembang. Salah satu UMKM yang memiliki potensi untuk dikembangkan adalah Becek Mentok Sor Sawo, yang bergerak di bidang kuliner lokal dengan kekhasan menu tradisional yang merepresentasikan identitas budaya lokal seperti seni musik tradisi maupun seni lainnya yang memiliki visi kedaerahan. Keunikan produk yang ditawarkan, baik dari segi cita rasa, proses pengolahan, maupun nilai kearifan lokal yang melekat, menjadi modal penting dalam membangun diferensiasi produk di pasar kuliner yang kompetitif. Namun demikian, potensi tersebut belum sepenuhnya dioptimalkan dalam strategi pengembangan usaha, khususnya pada aspek pemasaran berbasis digital.

Meskipun memiliki kualitas produk yang kompetitif, UMKM ini masih menghadapi keterbatasan dalam pemanfaatan media promosi, terutama media audiovisual yang saat ini menjadi salah satu instrumen paling efektif dalam menarik perhatian konsumen. Strategi pemasaran yang dijalankan selama ini cenderung bersifat konvensional, seperti promosi dari mulut ke mulut dan pemasaran langsung di lokasi usaha, sehingga jangkauan pasar menjadi relatif terbatas. Padahal, di era digital, penggunaan platform media sosial dan kanal berbasis video seperti instagram, tiktok, dan youtube telah terbukti mampu meningkatkan visibilitas produk serta membangun engagement dengan konsumen secara lebih luas dan interaktif.

Keterbatasan dalam pemanfaatan media audiovisual ini tidak hanya berdampak pada rendahnya eksposur produk, tetapi juga menghambat proses pembentukan citra merek (*branding*) yang kuat di benak konsumen. Dalam konteks persaingan usaha yang semakin ketat, khususnya pada sektor kuliner, kemampuan dalam menyajikan konten visual yang menarik, informatif, dan persuasif menjadi faktor penting dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu, diperlukan strategi penguatan pemasaran digital yang terintegrasi, salah satunya melalui pengembangan konten audiovisual yang kreatif dan komunikatif, agar UMKM Becek Menthok Sor Sawo mampu meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pasar, serta beradaptasi secara efektif dalam ekosistem ekonomi digital.

Berdasarkan hasil observasi awal dan wawancara dengan mitra, ditemukan beberapa permasalahan utama, yaitu: (1) rendahnya literasi digital pelaku UMKM dalam memproduksi konten promosi berbasis video, (2) keterbatasan keterampilan teknis dalam pengambilan gambar dan penyusunan narasi visual, serta (3) belum adanya strategi komunikasi visual yang mampu merepresentasikan identitas produk secara menarik dan informatif. Permasalahan tersebut menunjukkan bahwa diperlukan intervensi berupa pelatihan dan pendampingan yang terstruktur untuk meningkatkan kapasitas mitra dalam bidang produksi media audiovisual. Salah satu solusi yang dapat diterapkan adalah melalui pelatihan produksi video feature sebagai media promosi yang efektif. Video feature merupakan bentuk konten audiovisual yang menggabungkan unsur informasi, narasi, dan estetika visual untuk menyampaikan pesan secara lebih mendalam dan persuasif. Penggunaan video sebagai media promosi dinilai lebih efektif dalam menarik perhatian audiens dibandingkan media statis, karena mampu menghadirkan pengalaman visual dan emosional secara simultan (Pratiwi et al., 2020). Selain itu, perkembangan platform digital seperti youtube, instagram, dan tiktok semakin memperkuat relevansi penggunaan video sebagai alat komunikasi pemasaran.

Dalam konteks produksi video, penguasaan teknik dasar seperti komposisi gambar, pencahayaan, dan pergerakan kamera (*camera movement*) menjadi aspek penting dalam menghasilkan konten yang berkualitas. Teknik *camera movement* seperti *pan*, *tilt*, *dolly*, dan *tracking* tidak hanya berfungsi sebagai elemen teknis, tetapi juga memiliki nilai estetika dan dramaturgis yang dapat memperkuat penyampaian pesan visual. Oleh karena itu, pelatihan yang diberikan tidak hanya berfokus pada aspek teknis, tetapi juga pada pemahaman konsep *storytelling* visual yang sesuai dengan karakter produk UMKM. Kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR), yang menekankan pada keterlibatan aktif mitra dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari identifikasi masalah hingga evaluasi hasil. Pendekatan ini dipilih karena mampu mendorong partisipasi aktif masyarakat serta menghasilkan solusi yang lebih kontekstual dan berkelanjutan. Melalui metode ini, pelaku UMKM tidak hanya menjadi objek pelatihan, tetapi juga sebagai subjek yang berperan aktif dalam proses pembelajaran dan produksi konten.

## II. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR), yaitu suatu metode yang menekankan keterlibatan aktif mitra dalam seluruh rangkaian kegiatan, mulai dari identifikasi masalah hingga evaluasi dan refleksi. Pendekatan ini dipilih karena mampu menghasilkan solusi yang bersifat partisipatif, kontekstual, dan berkelanjutan, sehingga mitra tidak hanya menjadi objek, tetapi juga subjek dalam proses pemberdayaan. Kegiatan dilaksanakan pada UMKM Becek Menthok Sor Sawo dengan fokus pada peningkatan kapasitas dalam produksi video feature sebagai media promosi berbasis audiovisual.



Gambar 1. Diagram Alur *Participatory Action Research* (PAR)  
 (Sumber. Olahan Penulis)

Pelaksanaan kegiatan mengacu pada siklus PAR yang terdiri dari beberapa tahapan, yaitu identifikasi masalah, perencanaan, pelaksanaan tindakan, observasi dan evaluasi, serta refleksi. Tahap identifikasi masalah dilakukan melalui observasi lapangan dan wawancara dengan pelaku UMKM untuk menggali kebutuhan, kendala, dan potensi yang dimiliki, khususnya dalam aspek literasi digital dan produksi media promosi. Berdasarkan hasil identifikasi tersebut, tahap perencanaan dilakukan dengan menyusun desain pelatihan produksi video feature yang mencakup materi praproduksi, produksi, dan pascaproduksi. Materi yang diberikan meliputi konsep dasar video feature, penyusunan naskah (*storyline* dan *storyboard*), teknik pengambilan gambar seperti *framing*, komposisi, dan sudut pengambilan gambar, teknik camera *movement* (*pan*, *tilt*, *dolly*, dan *tracking*), serta editing video menggunakan perangkat lunak sederhana yang mudah diakses oleh mitra.

Instrumen evaluasi yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi beberapa aspek. Pertama, pre-test dan post-test digunakan untuk mengukur peningkatan pengetahuan peserta terkait konsep video feature, teknik pengambilan gambar, camera movement, dan editing video dengan menggunakan skala penilaian 0–100. Kedua, lembar observasi digunakan untuk menilai keterampilan peserta selama praktik, yang mencakup aspek pengambilan gambar, penerapan camera movement, penyusunan narasi visual, serta kemampuan editing, dengan menggunakan skala penilaian 1-4. Ketiga, penilaian produk dilakukan terhadap video feature yang dihasilkan peserta dengan mempertimbangkan aspek kreativitas, kualitas visual, kekuatan narasi, dan teknik editing. Selain itu, kuesioner kepuasan mitra juga digunakan untuk mengukur persepsi peserta terhadap kualitas pelatihan, kesesuaian materi, serta manfaat kegiatan dengan menggunakan skala Likert 1-5.

Tabel 2. Penilaian Produk (Video Feature)

Aspek	Deskripsi Penilaian	Bobot
Kreativitas	Orisinalitas ide dan konsep	25%
Kualitas Visual	Komposisi, pencahayaan, camera movement	25%
Narasi	Alur cerita dan kekuatan pesan	25%
Editing	Kerapian dan kesinambungan	25%

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan pada UMKM Becek Menthok Sor Sawo bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku usaha dalam memproduksi video feature sebagai media promosi berbasis audiovisual. Pelaksanaan kegiatan meliputi tahapan pelatihan, praktik produksi video, serta evaluasi terhadap peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai konsep produksi video serta kemampuan dalam menghasilkan konten promosi yang lebih komunikatif dan menarik secara visual.

Pada tahap awal kegiatan dilakukan evaluasi awal melalui pre-test untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta terkait konsep dasar video feature, teknik pengambilan gambar, camera movement, serta proses editing video. Hasil pre-test menunjukkan bahwa sebagian besar peserta masih memiliki pemahaman yang terbatas terhadap produksi media audiovisual. Hal ini terlihat dari nilai rata-rata peserta yang berada pada kategori rendah. Setelah pelaksanaan pelatihan dan praktik langsung, dilakukan post-test untuk mengukur peningkatan pengetahuan peserta. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan pada pemahaman peserta setelah mengikuti pelatihan.

Tabel 3. Hasil Perbandingan Nilai Pre-test dan Post-test Peserta

No	Indikator Penilaian	Rata-rata Pre-test	Rata-rata Post-test	Peningkatan
1	Konsep Video Feature	56,4	81,2	24,8
2	Teknik Pengambilan Gambar	59,1	83,5	24,4
3	Teknik Camera Movement	55,7	82,3	26,6
4	Dasar Editing Video	61,0	84,1	23,1
<b>Rata-rata</b>		<b>58,05</b>	<b>82,77</b>	<b>24,72</b>

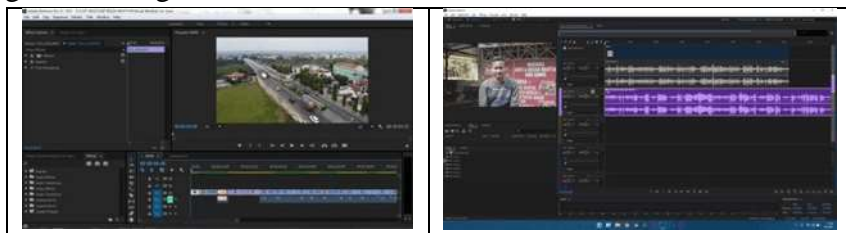
Berdasarkan Tabel 1, dapat dilihat bahwa nilai rata-rata peserta meningkat dari 58,05 pada pre-test menjadi 82,77 pada post-test, yang menunjukkan adanya peningkatan sebesar 24,72 poin. Peningkatan ini menunjukkan bahwa pelatihan yang diberikan mampu meningkatkan pemahaman peserta terkait produksi video feature secara signifikan. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa metode pelatihan berbasis praktik langsung (*experiential learning*) efektif dalam meningkatkan kompetensi teknis peserta dalam bidang produksi media audiovisual (Pratiwi et al., 2020). Selain peningkatan pengetahuan, kegiatan ini juga menghasilkan luaran berupa video feature promosi UMKM Becek Menthok Sor Sawo yang diproduksi oleh peserta pelatihan. Video tersebut menampilkan proses penyajian menu khas, suasana tempat usaha, serta narasi yang menggambarkan keunikan produk kuliner lokal. Dalam proses produksi, peserta menerapkan berbagai teknik pengambilan gambar seperti close-up pada makanan, medium shot untuk aktivitas memasak, serta penggunaan camera movement seperti pan dan tracking untuk menampilkan suasana lokasi secara lebih dinamis. Penerapan teknik tersebut mampu meningkatkan kualitas visual video serta memperkuat daya tarik promosi produk.



Gambar 2. Pengambilan gambar di Warung Becek Menthok Sor Sawo

Gambar 2, memperlihatkan aktivitas produksi konten audiovisual yang dilakukan di ruang terbuka sebagai bagian dari proses pendampingan UMKM dalam penguatan strategi promosi digital. Terlihat tiga orang terlibat dalam proses pengambilan gambar, yang masing-masing memiliki peran berbeda, yaitu sebagai kameramen, talent, dan kru pendukung. Kameramen menggunakan kamera profesional untuk merekam visual, sementara talent memanfaatkan perangkat telepon genggam sebagai bagian dari simulasi pembuatan konten digital. Selain itu, salah satu anggota tim memegang payung yang berfungsi sebagai alat bantu sederhana untuk mengontrol pencahayaan alami agar hasil visual lebih optimal. Kegiatan ini menunjukkan penerapan metode praktik langsung (*learning by doing*) dalam pelatihan produksi media audiovisual, khususnya bagi pelaku UMKM. Penggunaan peralatan yang relatif sederhana namun fungsional menegaskan bahwa produksi konten promosi tidak selalu memerlukan teknologi yang kompleks, melainkan dapat disesuaikan dengan sumber daya yang dimiliki.

Dari perspektif pengabdian kepada masyarakat, aktivitas ini merepresentasikan upaya peningkatan kapasitas (*capacity building*) dalam bidang literasi digital dan produksi konten kreatif. Melalui kegiatan ini, pelaku UMKM diharapkan mampu memahami teknik dasar pengambilan gambar, pengelolaan pencahayaan, serta penyusunan visual yang menarik sebagai bagian dari strategi komunikasi pemasaran berbasis digital. Dengan demikian, kegiatan ini berkontribusi dalam mendorong transformasi pemasaran UMKM dari pendekatan konvensional menuju pemanfaatan media digital yang lebih efektif dan adaptif terhadap perkembangan teknologi.



Gambar 3. Proses Editing

Gambar tersebut menunjukkan tahapan pascaproduksi dalam proses pembuatan konten audiovisual, khususnya pada kegiatan editing audio dan video menggunakan perangkat lunak Adobe Premiere Pro. Tampilan layar memperlihatkan workspace editing yang terdiri dari beberapa panel utama, seperti monitor preview (program monitor), timeline, serta panel project dan tools. Pada bagian timeline terlihat beberapa layer audio yang ditandai dengan gelombang (waveform) berwarna, yang menunjukkan proses pengolahan suara, seperti dialog, ambience, maupun elemen audio lainnya. Sementara itu, pada monitor preview

ditampilkan visual seorang talent yang sedang berbicara, yang mengindikasikan adanya sinkronisasi antara elemen audio dan visual. Hal ini mencerminkan proses editing yang bertujuan untuk menghasilkan kualitas konten yang lebih komunikatif dan profesional.



Gambar 3. Hasil Video Feature Becek Menthok Sor Sawo Kabupaten Tuban

Gambar tersebut menampilkan proses pengolahan makanan tradisional dalam skala UMKM, yaitu kegiatan memasak hidangan khas berbasis daging menggunakan peralatan sederhana. Terlihat sebuah panci besar yang diletakkan di atas tungku, berisi kuah berwarna kekuningan yang menunjukkan penggunaan bumbu rempah sebagai ciri khas kuliner lokal. Seorang pelaku usaha tampak sedang mengaduk masakan menggunakan alat kayu, yang mencerminkan proses pengolahan manual dalam menjaga konsistensi rasa dan kematangan bahan. Dari perspektif pengabdian kepada masyarakat, aktivitas ini merepresentasikan tahapan produksi utama dalam usaha kuliner tradisional, yang menjadi nilai autentik dan daya tarik produk UMKM. Proses memasak secara langsung dengan teknik konvensional menunjukkan adanya pelestarian kearifan lokal, baik dari segi resep, metode pengolahan, maupun penggunaan peralatan.

Secara keseluruhan, hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa pelatihan produksi video feature dapat menjadi salah satu strategi efektif dalam meningkatkan kapasitas UMKM dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi. Penggunaan video sebagai media komunikasi pemasaran dinilai mampu menyampaikan informasi produk secara lebih menarik, informatif, dan persuasif dibandingkan media promosi konvensional. Selain itu, kemampuan produksi konten audiovisual yang dimiliki oleh pelaku UMKM juga dapat menjadi modal penting dalam menghadapi persaingan usaha di era ekonomi digital. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini tidak hanya memberikan peningkatan pengetahuan dan keterampilan teknis kepada mitra, tetapi juga menghasilkan luaran nyata berupa konten video promosi yang dapat digunakan secara langsung untuk mendukung strategi pemasaran UMKM. Keberhasilan kegiatan ini menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan berbasis praktik dan partisipasi aktif masyarakat dapat menjadi model pemberdayaan yang efektif dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis komunitas.

#### IV. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan pada UMKM Becek Menthok Sor Sawo melalui pelatihan produksi video feature telah berhasil meningkatkan kapasitas mitra dalam memanfaatkan media audiovisual sebagai sarana promosi digital. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada aspek pengetahuan dan keterampilan peserta, yang ditunjukkan melalui kenaikan nilai rata-rata dari pre-test ke post-test serta kemampuan peserta dalam memproduksi video feature secara mandiri. Pelatihan yang mengintegrasikan materi konseptual dan praktik langsung terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman peserta terhadap teknik produksi video, termasuk pengambilan gambar,

penerapan camera movement, serta proses editing. Selain itu, pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) yang digunakan mampu mendorong keterlibatan aktif mitra dalam setiap tahapan kegiatan, sehingga menghasilkan proses pembelajaran yang lebih kontekstual dan aplikatif.

Luaran kegiatan berupa video feature promosi yang dihasilkan peserta tidak hanya menjadi bukti peningkatan keterampilan, tetapi juga memiliki nilai strategis dalam mendukung pengembangan usaha. Video tersebut dapat dimanfaatkan sebagai media promosi digital untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing UMKM di era ekonomi kreatif. Dengan demikian, kegiatan ini memberikan kontribusi nyata dalam pemberdayaan UMKM berbasis pemanfaatan media kreatif, serta dapat dijadikan sebagai model pelatihan yang efektif dalam pengembangan kapasitas masyarakat. Ke depan, kegiatan serupa diharapkan dapat dikembangkan dengan cakupan yang lebih luas serta didukung dengan pemanfaatan platform digital yang lebih optimal guna meningkatkan keberlanjutan program.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Ucapan terima kasih disampaikan kepada mitra UMKM Becek Menthok Sor Sawo yang telah bersedia bekerja sama dan berpartisipasi aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan pelatihan dan pendampingan. Penulis juga menyampaikan apresiasi kepada institusi/perguruan tinggi yang telah memberikan dukungan baik secara moral maupun material sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik. Selain itu, terima kasih disampaikan kepada tim pelaksana dan mahasiswa yang terlibat dalam kegiatan ini atas dedikasi dan kontribusinya dalam mendukung keberhasilan program. Semoga hasil kegiatan pengabdian ini dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi mitra serta menjadi kontribusi nyata dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis masyarakat..

### DAFTAR PUSTAKA

- Angraini, D., Riady, Y., Putimasurai, P., Pratama, A., Sadria, A., & Rosmiati, R. (2024). Transformasi Digital dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Indonesia: Sebuah Tinjauan Sistematis. *Eklektik : Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 7(2), 132. <https://doi.org/10.24014/ekl.v7i2.33958>
- Handayani, R. F., Hikmah, N. F., Awaf, S. A., Naufal, M., Zahro, A., Astuti, D., & Mardiana, S. S. (2025). Pemberdayaan UMKM Melalui Digitalisasi dan Inovasi Produk. *Abdimas Indonesia*. <https://doi.org/10.26751/jai.v7i1.2754>
- Handayani, A. (n.d.). Digitalisasi UMKM: Peningkatan kapasitas melalui program literasi digital. *Jurnal Signal*, 11. [https://scholar.google.com/scholar?hl=en&as\\_sdt=0,5&cluster=9701513705106645190](https://scholar.google.com/scholar?hl=en&as_sdt=0,5&cluster=9701513705106645190)
- Pratiwi, D., Indartini, M., & Rahayu, E. E. (2020). Pentingnya Strategi Branding Bagi Produk UMKM Pendampingan Di Desa Glonggong Kecamatan Dolopo Kabupaten Madiun. *Jurnal Daya-Mas*, 5(2), 43–46. <https://doi.org/10.33319/dymas.v5i2.45>
- Satriani, Putri, A., & Yulianto, H. (2024). Peranan Digitalisasi Dalam Mendukung Pemberdayaan Ekonomi Inklusif: Studi Kasus Pada UMKM Kuliner di Makassar. *Jurnal Intelek Insan Cendika*. [https://scholar.google.com/scholar?cites=14993839074809724122&as\\_sdt=2005&scioldt=2007&hl=en](https://scholar.google.com/scholar?cites=14993839074809724122&as_sdt=2005&scioldt=2007&hl=en)