Jurnal Pengabdian Masyarakat Aufa (JPMA)
Vol. 8 No. 2 Agustus 2026

Pelatihan Desain Grafis dan Konten Digital bagi Kelompok Pemuda Untuk Mendukung Pengembangan UMKM Lokal

Anik Susanti[1], **Nyimas Nadya Izana**[2], **Ayu Kartika**[3], **Novy Setia Yunas**[4]
[1 2 3 4] Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Brawijaya
aniksusanti@ub.ac.id

ABSTRAK

Desa Bangsring di Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur, memiliki potensi besar dalam pengembangan pariwisata dan ekonomi lokal melalui usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Namun, UMKM di desa ini masih menghadapi berbagai tantangan, terutama pada aspek pemasaran, pengemasan produk, dan keterbatasan akses ke pasar yang lebih luas. Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (TIK), khususnya melalui platform digital internasional seperti Etsy, menjadi salah satu solusi strategis untuk menjawab permasalahan tersebut. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas kelompok pemuda dalam mendukung penguatan UMKM melalui pelatihan pemasaran digital berbasis platform Etsy. Metode pelaksanaan meliputi identifikasi kebutuhan UMKM lokal, pelatihan desain grafis, fotografi produk, dan pembuatan konten digital, pendampingan pendaftaran serta pengelolaan toko di Etsy, serta evaluasi dan tindak lanjut program. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam pemasaran digital, pemahaman terhadap standar pasar internasional, serta kesiapan UMKM dalam memanfaatkan marketplace global untuk memperluas jangkauan pasar. Selain itu, kelompok pemuda berperan sebagai penggerak utama dalam penerapan keterampilan digital untuk mendukung pengembangan ekonomi lokal. Program ini diharapkan memberikan dampak jangka panjang dalam meningkatkan daya saing UMKM, memperluas akses pasar internasional, serta memperkuat pemberdayaan pemuda di Desa Bangsring.

Kata kunci: Ekonomi lokal, platform digital Etsy, pemasaran produk, pelatihan pemasaran

ABSTRACT

Bangsring Village in Banyuwangi Regency, East Java, has significant potential for tourism development and local economic growth through micro, small, and medium enterprises (MSMEs). However, MSMEs in this village still face various challenges, particularly in marketing, product packaging, and limited access to broader markets. In the digital era, the utilization of information and communication technology (ICT), especially through international digital platforms such as Etsy, offers a strategic solution to address these challenges. This community service program aims to enhance the capacity of youth groups in supporting MSME development through digital marketing training based on the Etsy platform. The implementation methods include identifying local MSME needs, providing training in graphic design, product photography, and digital content creation, assisting participants in registering and managing Etsy stores, as well as conducting evaluation and follow-up activities. The results indicate an improvement in participants' knowledge and skills in digital marketing, increased understanding of international market standards, and greater readiness of MSMEs to utilize global marketplaces to expand market reach. Furthermore, youth groups play a strategic role as key drivers in local economic development by applying digital technology and online marketing skills. This program is expected to generate long-term positive impacts on enhancing MSME competitiveness, expanding access to international markets, and strengthening youth empowerment in Bangsring Village.

Keywords: *Local economy, Etsy digital platform, product marketing, marketing training*

1. PENDAHULUAN

Peningkatan ekonomi suatu negara menjadi salah satu ukuran keberhasilan pemerintah. Lebih lanjut dalam proses peningkatan ekonomi tersebut melibatkan Masyarakat sekitar sebagai pelaku ekonomi utama. Usaha Mikro Kecil dan Menengah mendominasi 99% struktur ekonomi Indonesia (Kadin Indonesia: Indonesian Chamber of Commerce and Industry, 2024). Sebesar 61% Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia ditunjang oleh sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), bahkan UMKM juga berkontribusi sebesar 97% terhadap penyerapan tenaga kerja di Indonesia (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2023). Kontribusi besar UMKM tersebut, menjadi tantangan pemerintah untuk membuat UMKM terus berkembang dan berdaya saing (Mere et al., 2023).

Ketahanan UMKM dalam berbagai krisis perubahan iklim ekonomi sudah seharusnya menjadikan UMKM sebagai prioritas pembanguan nasional (Styaningrum, 2021). Selain itu, untuk menjadi lebih berkembang UMKM juga perlu berkiprah dalam pasar digital. Hal tersebut juga dituntut dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat, mengingat adopsi teknologi digital terbukti mampu meningkatkan kinerja dan daya saing UMKM di pasar global (Rahayu & Day, 2015). Namun untuk mewujudkan hal tersebut, UMKM menghadapi beberapa tantangan diantaranya adalah keterbatasan UMKM dalam mengadopsi teknologi digital dan literasi digital, banyak juga UMKM yang belum bisa melakukan pembukuan dan administrasi keuangan secara digital, beberapa UMKM juga mengalami keterbatasan dalam hal inovasi dan standarisasi produk untuk bisa memperluas pasar berbasis digital, serta kedepan UMKM juga menghadapi berbagai tantangan berupa inovasi dan teknologi, literasi digital, produktivitas dan legalitas, pembiayaan, branding dan pemasaran, sumber daya manusia, standarisasi dan sertifikasi, pemerataan pembinaan, pelatihan dan fasilitas serta basis data tunggal (Lisnawati, 2023).

Tantangan tersebut juga dihadapi oleh UMKM di Desa Bangsring yang terletak di Kabupaten Banyuwangi. Desa Bangsring sendiri memiliki potensi alam yang besar dalam hal kekayaan alam dan budaya yang besar yang mencakup berbagai produk mulai dari produk pertanian, kerajinan tangan, sampai kuliner khas yang bernilai jual tinggi (Wulandari et al., 2025). Secara spesifik berdasarkan hasil observasi pra penelitian, Desa Bangsring telah memiliki produk yang berkualitas, namun belum diimbangi dengan penyajian visual yang menarik. Dalam hal ini konsep pemberdayaan bisa menjadi salah satu alternatif solusi untuk menjawab tantangan tersebut. Pemberdayaan sendiri menekankan pada proses pengalihan kemampuan kepada masyarakat atau pelaku ekonomi agar lebih berdaya (Pangestuti et al., 2018). Keterlibatan pemuda dalam penguatan UMKM mampu mendoron inovasi, meningkatkan daya saing usaha, serta menciptakan peluang kerja baru di tingkat lokal (Tambunan, 2008).

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dirancang untuk menawarkan solusi yang terarah dan sesuai dengan prioritas kebutuhan mitra. Solusi yang ditawarkan meliputi peningkatan kapasitas kelompok pemuda melalui pelatihan desain grafis dan fotografi produk guna memperbaiki kualitas visual produk UMKM. Selain itu, diberikan pelatihan pembuatan konten digital dan pengelolaan media sosial untuk meningkatkan efektivitas promosi produk. Solusi berikutnya adalah pelatihan pemanfaatan marketplace internasional, khususnya platform Etsy, yang mencakup pembuatan toko daring, penyusunan deskripsi produk berbasis kata kunci, serta strategi pemasaran digital untuk memperluas akses pasar UMKM lokal. Seluruh solusi tersebut dirancang secara sistematis dan saling terintegrasi untuk menjawab permasalahan utama mitra pada aspek pemasaran digital.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini juga sejalan dengan strategi pengembangan desa wisata dan penguatan ekonomi lokal Desa Bangsring. Penguasaan keterampilan digital oleh pemuda diharapkan mampu mendukung branding produk lokal dan memperkuat keterkaitan antara sektor UMKM dan pariwisata. Selain itu, program ini mendukung tujuan pembangunan berkelanjutan (Sustainable Development Goals), khususnya tujuan ke-8, yaitu mendorong pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi melalui peningkatan kapasitas sumber daya manusia (Kotler & Keller, 2016).

Berdasarkan uraian tersebut, tujuan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan kelompok pemuda Desa

Bangsring dalam desain grafis dan konten digital, mendukung peningkatan daya saing UMKM lokal melalui pemasaran digital berbasis marketplace internasional, serta mendorong keterlibatan aktif pemuda dalam pengembangan ekonomi lokal yang berkelanjutan.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan di Desa Bangsring, Kecamatan Wongsorejo, Kabupaten Banyuwangi, dengan sasaran utama kelompok pemuda dan pelaku UMKM lokal. Metode pelaksanaan dirancang untuk menjawab permasalahan prioritas mitra, khususnya keterbatasan keterampilan pemasaran digital, desain grafis, dan pemanfaatan marketplace internasional. Pendekatan yang digunakan bersifat partisipatif dan kolaboratif, sehingga mitra terlibat secara aktif dalam seluruh tahapan kegiatan (Zunaidi Arif, 2024).

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan berdasarkan partisipasi mitra sebagai elemen kunci dalam keberhasilan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Mitra utama dalam program ini adalah kelompok pemuda dan pelaku UMKM lokal di Desa Bangsring dengan jumlah peserta sebanyak 40 orang**,** yang dilibatkan secara aktif dan berkelanjutan pada seluruh tahapan pelaksanaan program. Keterlibatan mitra tidak hanya bersifat sebagai penerima manfaat, tetapi juga sebagai subjek yang berperan langsung dalam perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan keberlanjutan kegiatan (Rahajeng & Manaf, 2015).

Pada tahap perencanaan dan persiapan diawali dengan identifikasi mitra dan analisis kebutuhan. Tim pengabdian melakukan koordinasi dengan pemerintah desa, kelompok pemuda, dan pelaku UMKM untuk memetakan permasalahan utama yang dihadapi dalam pemasaran produk. Kegiatan ini dilanjutkan dengan survei kebutuhan untuk menentukan materi pelatihan yang relevan dengan kondisi mitra, khususnya pada aspek desain grafis, fotografi produk, pembuatan konten digital, serta pemanfaatan marketplace internasional.

Berdasarkan hasil identifikasi tersebut, tim pengabdian menyusun modul pelatihan yang memadukan materi teoritis dan praktis, sehingga mudah dipahami dan dapat langsung diterapkan oleh peserta dalam kegiatan pemasaran UMKM. kelompok pemuda dan pelaku UMKM dilibatkan dalam kegiatan survei awal dan diskusi kelompok terarah (*Focus Group Discussion/FGD*) untuk mengidentifikasi permasalahan utama yang dihadapi dalam pemasaran produk UMKM. Informasi yang diperoleh dari tahap ini digunakan sebagai dasar dalam penyusunan kurikulum dan modul pelatihan agar materi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan nyata mitra dan konteks lokal Desa Bangsring.

Tahap pelaksanaan pelatihan**,** mitra berpartisipasi aktif sebagai peserta dalam seluruh sesi pelatihan, baik teori maupun praktik. Kelompok pemuda dan pelaku UMKM hadir secara langsung dalam kegiatan pelatihan desain grafis, fotografi produk, pembuatan konten digital, serta pemanfaatan marketplace internasional. Pemerintah desa dan komunitas lokal turut berperan dalam mendukung pelaksanaan kegiatan dengan menyediakan fasilitas pelatihan, seperti balai desa atau pusat komunitas, perangkat pendukung, serta akses internet yang diperlukan selama kegiatan berlangsung.

Pada tahap ini, peserta tidak hanya menerima materi, tetapi juga dilibatkan secara aktif dalam praktik pembuatan konten dan simulasi pemasaran produk UMKM. Pendekatan praktik ini bertujuan untuk memastikan peserta memiliki pengalaman langsung dan mampu mengaplikasikan keterampilan yang diperoleh.

Pada tahap pendampingan dan implementasi, mitra terlibat dalam penerapan langsung keterampilan yang telah diperoleh melalui pengembangan proyek nyata. Pelaku UMKM bekerja sama dengan kelompok pemuda untuk menghasilkan konten digital dan materi promosi produk UMKM, seperti foto produk, desain visual, dan konten pemasaran daring. Selama proses pendampingan, mitra secara aktif memberikan umpan balik terhadap materi dan metode yang diterapkan, sehingga terjadi proses pembelajaran dua arah antara tim pengabdian dan mitra.

Tahap evaluasi**,** mitra berpartisipasi dalam penilaian efektivitas program melalui diskusi, refleksi kegiatan, dan penyampaian masukan terkait manfaat serta kendala yang dihadapi selama pelaksanaan program. Evaluasi ini menjadi dasar dalam perbaikan metode pelaksanaan dan perumusan rekomendasi untuk pengembangan program selanjutnya (Rusdiana et al., 2025).

Partisipasi mitra juga diarahkan pada keberlanjutan program setelah kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat selesai dilaksanakan. Mitra membentuk komunitas atau kelompok belajar yang berkelanjutan untuk terus mengembangkan keterampilan desain grafis dan konten digital. Selain itu, mitra menjalin kolaborasi lanjutan dengan pihak akademisi dan pemerintah setempat guna memperoleh dukungan tambahan, seperti akses terhadap pelatihan lanjutan, pendampingan berkelanjutan, dan sumber daya pendukung lainnya.

Secara khusus, peran dan tanggung jawab mitra dalam program ini meliputi: (1) kelompok pemuda yang berperan aktif mengikuti seluruh rangkaian pelatihan, mengimplementasikan keterampilan yang diperoleh, serta menjadi mentor sebaya bagi pemuda lainnya; (2) pelaku UMKM yang bekerja sama dalam pembuatan materi promosi, menerapkan strategi pemasaran digital, dan memberikan umpan balik terhadap efektivitas program; serta (3) pemerintah desa dan lembaga pendidikan yang mendukung penyediaan fasilitas, penyebarluasan informasi program, dan penguatan kemitraan berkelanjutan. Dengan keterlibatan mitra yang komprehensif pada setiap tahapan, program ini diharapkan mampu memberikan dampak yang berkelanjutan bagi penguatan UMKM dan pemberdayaan pemuda di Desa Bangsring.

Jadwal Pelaksanaan PKM

Secara umum, jadwal pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini meliputi tahap persiapan dan penyusunan modul, pelaksanaan pelatihan, pendampingan, serta evaluasi dan penyusunan laporan. Kegiatan dilaksanakan secara bertahap dalam satu tahun pelaksanaan, dimulai dari persiapan awal hingga evaluasi akhir dan publikasi hasil kegiatan.

Evaluasi dan Keberlanjutan Program

Evaluasi pelaksanaan program dilakukan berdasarkan beberapa indikator, antara lain tingkat kehadiran dan partisipasi peserta, peningkatan pemahaman terhadap pemasaran digital, serta kemampuan peserta dalam mengaplikasikan keterampilan yang diperoleh untuk mendukung UMKM lokal. Selain itu, keberlanjutan program diupayakan melalui pembentukan jejaring antara kelompok pemuda dan pelaku UMKM, serta dorongan untuk melanjutkan kegiatan pendampingan secara mandiri atau melalui kerja sama dengan pihak terkait. Dengan demikian, hasil kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini diharapkan dapat memberikan dampak jangka panjang bagi penguatan UMKM dan pengembangan ekonomi lokal Desa Bangsring.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat strategis yang dilaksanakan di Desa Bangsring, Kecamatan Wongsorejo, Kabupaten Banyuwangi berfokus pada peningkatan kapasitas kelompok pemuda dalam desain grafis dan pemasaran digital guna mendukung penguatan UMKM lokal. Sebelum kegiatan dilaksanakan, UMKM di Desa Bangsring masih menghadapi keterbatasan dalam kualitas visual produk, pemanfaatan konten digital, serta akses terhadap pasar yang lebih luas. Kondisi tersebut berdampak pada rendahnya efektivitas pemasaran dan ketergantungan UMKM pada pasar lokal.

Pelaksanaan kegiatan berupa pembelajaran, pelatihan, dan pendampingan pemasaran digital skala internasional memberikan pemahaman baru bagi peserta mengenai pentingnya diversifikasi pasar dan penguatan citra merek. Peserta memperoleh wawasan bahwa pemasaran digital memungkinkan UMKM untuk membuka akses ke pasar internasional, meningkatkan nilai jual produk, serta membangun jejaring global tanpa harus terhambat oleh keterbatasan geografis. Hasil ini menunjukkan adanya perubahan pola pikir peserta dari orientasi pasar lokal menuju pemanfaatan peluang pasar yang lebih luas.

Hasil kegiatan juga memperlihatkan peningkatan pemahaman peserta mengenai peran marketplace internasional sebagai sarana pemasaran produk UMKM. Peserta memahami bahwa karakteristik platform internasional berbeda dengan marketplace domestik, terutama dalam hal segmentasi pasar dan jenis produk yang dipasarkan. Pemanfaatan platform yang sesuai dengan karakter produk lokal mendorong UMKM untuk lebih fokus pada keunikan, kualitas, dan nilai budaya produk sebagai daya tarik utama. Hal ini sejalan dengan konsep pemasaran berbasis diferensiasi yang menekankan nilai keunikan produk dalam membangun daya saing.

Perbandingan kondisi sebelum dan sesudah

kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kesiapan peserta dalam mendukung pemasaran UMKM secara digital. Kelompok pemuda mulai mampu berperan sebagai pendamping UMKM dalam pembuatan konten visual, penyusunan deskripsi produk, serta perencanaan pemasaran digital. Keterlibatan pemuda ini memperkuat fungsi mereka sebagai agen penggerak ekonomi lokal dan berkontribusi terhadap keberlanjutan pengembangan UMKM di tingkat desa.

Materi pengembangan desa wisata yang diberikan dalam kegiatan pengabdian ini memberikan pemahaman baru bagi peserta mengenai pentingnya branding desa sebagai strategi penguatan pariwisata berbasis potensi lokal. Branding desa tidak semata-mata dimaknai sebagai upaya meningkatkan popularitas atau visibilitas, tetapi sebagai proses pengelolaan potensi dan aset desa secara terintegrasi. Aset yang dimaksud meliputi aset alam, aset sosial berupa budaya lokal, serta aset manusia sebagai penggerak utama pengembangan desa wisata. Pemahaman ini mendorong peserta untuk melihat pariwisata sebagai sistem yang melibatkan berbagai unsur, bukan hanya sebagai aktivitas ekonomi semata.

Hasil pembahasan menunjukkan bahwa Desa Bangsring memiliki potensi wisata yang kuat, khususnya pada sektor wisata bahari dan budaya lokal. Namun, potensi tersebut belum sepenuhnya dioptimalkan karena masih terbatasnya aksesibilitas, fasilitas pendukung, serta strategi pemasaran yang terarah. Selain itu, keterbatasan media promosi, seperti ketiadaan panduan wisata dan platform digital khusus, serta rendahnya kemampuan bahasa asing pelaku wisata menjadi faktor penghambat dalam menjangkau pasar yang lebih luas, khususnya wisatawan mancanegara.

Pembahasan juga menegaskan pentingnya penentuan keunikan utama (icon) desa wisata sebagai dasar pengembangan branding. Fokus pada satu keunggulan utama dinilai lebih efektif dalam membangun identitas destinasi dibandingkan menonjolkan terlalu banyak potensi secara bersamaan. Pendekatan ini relevan untuk menciptakan diferensiasi destinasi sekaligus mempermudah strategi pemasaran. Dalam konteks Desa Bangsring, sinergi antara wisata bahari, kuliner lokal, dan aktivitas masyarakat berpotensi dikembangkan sebagai identitas wisata yang khas dan berkelanjutan.

Selain aspek potensi, pengembangan desa wisata juga menuntut keterlibatan aktor lokal secara kolektif. Pembahasan menunjukkan bahwa keberhasilan desa wisata sangat bergantung pada peran penggerak dari dalam komunitas serta dukungan eksternal dalam pemasaran dan penguatan jejaring. Pemerintah desa memiliki peran strategis sebagai koordinator, namun keberlanjutan program memerlukan kolaborasi dengan pemerintah daerah dan pemangku kepentingan lainnya. Pengakuan formal Desa Bangsring sebagai desa wisata menjadi modal kelembagaan yang penting, tetapi perlu diikuti dengan strategi pengelolaan dan pemasaran yang konsisten.

Dari perspektif keberlanjutan, pengembangan desa wisata tidak dapat dilepaskan dari prinsip keseimbangan antara manfaat ekonomi, pelestarian lingkungan, dan kenyamanan sosial. Wisata yang berorientasi pada kualitas pengalaman, pelayanan yang baik, serta keaslian destinasi dinilai lebih mampu menciptakan kesan mendalam bagi wisatawan dan mendorong kunjungan ulang. Temuan ini menunjukkan bahwa penguatan kapasitas sumber daya manusia, khususnya dalam pemasaran digital dan pengelolaan konten, menjadi faktor kunci dalam mendukung keberlanjutan desa wisata berbasis masyarakat.

Secara keseluruhan, hasil dan pembahasan menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian ini berhasil meningkatkan kapasitas sumber daya manusia dalam bidang pemasaran digital serta mendorong perubahan pola pikir mitra terhadap potensi pasar internasional. Pelatihan dan pendampingan yang bersifat aplikatif dan kontekstual terbukti efektif dalam memperkuat kesiapan UMKM Desa Bangsring untuk beradaptasi dengan dinamika pasar digital dan memperluas peluang pengembangan usaha secara berkelanjutan.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat strategis yang dilaksanakan di Desa Bangsring, Kecamatan Wongsorejo, Kabupaten Banyuwangi menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas kelompok pemuda dalam desain grafis dan pemasaran digital merupakan strategi yang relevan untuk menjawab permasalahan UMKM dan pengembangan desa wisata. Sebelum kegiatan dilaksanakan, UMKM dan pelaku wisata di Desa Bangsring masih menghadapi keterbatasan dalam kualitas visual produk, pemanfaatan media digital, serta akses terhadap pasar yang lebih luas. Kondisi tersebut

berdampak pada rendahnya daya saing produk UMKM dan terbatasnya promosi potensi desa wisata.

Melalui kegiatan pembelajaran, pelatihan, dan pendampingan yang melibatkan praktisi pemasaran digital skala internasional serta fasilitator pengembangan desa wisata, terjadi peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan pola pikir peserta terhadap pentingnya pemasaran digital dan branding berbasis potensi lokal. Kelompok pemuda tidak hanya memperoleh keterampilan teknis, tetapi juga mulai berperan sebagai pendamping UMKM dan pelaku wisata dalam mendukung strategi pemasaran digital. Antusiasme peserta serta dukungan pemerintah desa menunjukkan bahwa program ini selaras dengan visi Desa Bangsring sebagai desa digital dan desa wisata berbasis masyarakat.

Berdasarkan hasil kegiatan tersebut, pengembangan pangsa pasar, khususnya pasar internasional, menjadi langkah strategis yang perlu ditindaklanjuti. Pemanfaatan marketplace internasional dan media digital terbukti membuka peluang peningkatan nilai tambah produk UMKM dan memperluas jejaring pemasaran. Oleh karena itu, disarankan agar pemerintah Desa Bangsring dan pemangku kepentingan terkait melanjutkan program pelatihan dan pendampingan secara berkelanjutan, baik dalam pemasaran UMKM maupun pengelolaan desa wisata. Selain itu, peningkatan kualitas promosi, perbaikan fasilitas, serta penguatan pelayanan wisata perlu dilakukan secara konsisten agar pengembangan UMKM dan desa wisata Bangsring dapat memberikan dampak ekonomi dan sosial yang berkelanjutan bagi masyarakat lokal.

5. REFERENSI

Kadin Indonesia: Indonesian Chamber of Commerce and Industry. (2024). *UMKM Indonesia*. Kadin Indonesia: Indonesian Chamber of Commerce and Industry.

Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2023, August 24). *Dorong UMKM Naik Kelas dan Go Export, Pemerintah Siapkan Ekosistem Pembiayaan yang Terintegrasi*. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson.

Lisnawati. (2023). *Tantangan UMKM di Tahun 2024*.

Mere, K., Hery Santoso, M., Utami Rahmawati, H., & Ade Kurnia Harahap, M. (2023). Peran Ekonomi Kreatif Dalam Menggerakkan Pertumbuhan Ekonomi Lokal. *Communnity Development Journal*, *4*(6).

Pangestuti, E., Nuralam, I. P., Furqon, M. T., & Ramadhan, H. M. (2018). Peta Potensi Dalam Menciptakan Kemandirian Ekonomi Desa. *Journal Of Applied Business Administration*, *2*(2). https://doi.org/10.30871/jaba.v2i2.1018

Rahajeng, M. S., & Manaf, A. (2015). Bentuk-Bentuk Kemitraan Pemerintah, Swasta Dan Masyarakat Dalam Upaya Keberlanjutan Program Penataan Lingkungan Permukiman Berbasis Komunitas (Studi Kasus: Kabupaten Kendal Dan Kota Pekalongan). *Jurnal Pengembangan Kota*, *3*(2), 112. https://doi.org/10.14710/jpk.3.2.112-119

Rahayu, R., & Day, J. (2015). Determinant Factors of E-commerce Adoption by SMEs in Developing Country: Evidence from Indonesia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, *195*. https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.06.423

Rusdiana, A., Fitria, N., & Mardiyah, M. (2025). Strategi Efektif Dalam Merumuskan Rekomendasi Hasil Evaluasi Diri Untuk Peningkatan Satuan Pendidikan Islam. *Al-Irsyad: Journal of Education Science*, *4*(2), 140–155. https://doi.org/10.58917/aijes.v4i2.176

Styaningrum, F. (2021). Konsep Sistem Ekonomi Kerakyatan Dalam Pemberdayaan Umkm Indonesia. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*. https://doi.org/10.24843/eeb.2021.v10.i08.p01

Tambunan, T. (2008). Development of SME in ASEAN with Reference to Indonesia and Thailand 53. *Chulalongkorn Journal of Economics*, *20*(1).

Wulandari, P., Rachmawati, S., Abshor, F. U., Kusumawati, A., & Najib, A. A. (2025). Pemberdayaan Ekonomi Melalui Bazar UMKM di Desa Bangsring Dalam Membangun Kemandirian Desa Damai. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, *3*(3). https://doi.org/10.61231/jp2m.v3i3.380