

Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif di Wilayah Perdesaan

Tunggal Puspa Nugraha^{1*}, Firdiansyah Lukman², Riduwan³, Yuka Martlisda Anwika⁴, Siska Mayratih⁵

^{1,2}Sekolah Tinggi Ilmu Pelayaran Jakarta, Jl. Marunda Makmur, Cilincing, Jakarta Utara, DKI Jakarta

³Universitas Wahidiyah, Jl. KH Wachid Hasyim No.121, Bandar Lor, Kec. Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur

⁴Universitas Riau, Jl. H.R. Subrantas, KM 12.5, Kelurahan Simpang Baru, Kec. Bina Widya Pekanbaru, Riau

⁵Universitas Muhammadiyah Tangerang, Jl. Perintis Kemerdekaan I No.33, RT.007/RW.003, Babakan, Kec. Tangerang, Kota Tangerang, Banten

E-mail: tunggalpuspa@gmail.com

* Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.5794>

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Article history

Received: 19 Feb 2026

Revised: 27 Feb 2026

Accepted: 08 Mar 2026

Kata Kunci:

UMKM, Ekonomi Kreatif, Wilayah Perdesaan

Keywords:

MSMEs, Creative Economy, Rural Areas

Pengabdian ini bertujuan mendorong pengembangan UMKM di wilayah perdesaan melalui pendekatan ekonomi kreatif. Kegiatan dilaksanakan melalui beberapa tahap, yaitu identifikasi potensi dan permasalahan, perencanaan program, sosialisasi, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan perubahan positif pada pelaku UMKM, terutama dalam memahami pentingnya kreativitas sebagai strategi pengembangan usaha. Pelaku usaha mulai memanfaatkan potensi lokal untuk menciptakan variasi produk yang lebih bernilai serta meningkatkan kualitas pengemasan agar lebih menarik dan memiliki identitas yang jelas. Selain itu, kemampuan memanfaatkan media digital untuk promosi juga mulai berkembang sehingga membuka peluang perluasan pasar. Kegiatan ini turut meningkatkan kepercayaan diri dan motivasi pelaku usaha untuk menerapkan strategi baru, termasuk pengelolaan usaha yang lebih sistematis melalui pencatatan kegiatan usaha serta membangun kerja sama dengan pelaku usaha lain. Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini berkontribusi dalam memperkuat kapasitas pelaku UMKM dan mendorong terciptanya ekosistem usaha yang lebih kreatif dan berkelanjutan di wilayah perdesaan.

This community service program aims to encourage the development of MSMEs in rural areas through a creative economy approach. The program was implemented through several stages: identifying potential and problems, program planning, outreach, training, mentoring, and evaluation. The results of the program demonstrated positive changes in MSMEs, particularly in understanding the importance of creativity as a business development strategy. Businesses began leveraging local potential to create more valuable product variations and improve packaging quality to make them more attractive and have a clear identity. Furthermore, their ability to utilize digital media for promotion has also begun to develop, opening up opportunities for market expansion. This program also increased the confidence and motivation of business owners to implement new strategies, including more systematic business management through recording business activities and building collaborations with other business owners. Overall, this community service program contributed to strengthening the capacity of MSMEs and encouraging the creation of a more creative and sustainable business ecosystem in rural areas.



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

How to Cite: Tunggal Puspa Nugraha, et al (2026). Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif di Wilayah Perdesaan, 4(4) 22025-22216. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.5794>

PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi di tingkat lokal tidak dapat dilepaskan dari keberadaan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang selama ini menjadi tulang punggung aktivitas ekonomi masyarakat (Lubis & Salsabila, 2024). Di berbagai wilayah perdesaan, UMKM hadir sebagai bentuk usaha yang relatif mudah dijalankan karena tidak memerlukan modal yang terlalu besar serta memanfaatkan sumber daya yang tersedia di lingkungan sekitar (Hartanto et al., 2021). Kehadiran UMKM juga memberikan ruang bagi masyarakat untuk mengembangkan potensi ekonomi secara mandiri, sehingga mampu menciptakan peluang kerja sekaligus meningkatkan pendapatan rumah tangga (Nadiroh et al., 2025). Dalam konteks pembangunan yang inklusif, keberadaan UMKM di perdesaan memiliki peran strategis karena mampu menggerakkan roda ekonomi lokal yang sering kali belum tersentuh oleh investasi skala besar (Rio Ferdinan Suryadi, 2024).

Namun demikian, realitas di lapangan menunjukkan bahwa banyak UMKM di wilayah perdesaan masih menghadapi berbagai keterbatasan dalam pengelolaan usaha (Aulia et al., 2025). Sebagian besar pelaku usaha masih menjalankan kegiatan bisnis secara tradisional dengan mengandalkan pengalaman dan kebiasaan yang diwariskan secara turun-temurun (Sangaji & Makassar, 2025). Pola pengelolaan seperti ini sering kali membuat usaha sulit berkembang secara optimal karena belum didukung oleh perencanaan usaha yang matang, strategi pemasaran yang tepat, maupun inovasi produk yang berkelanjutan (Supardi & Wijaya, 2023). Akibatnya, produk yang dihasilkan cenderung memiliki nilai tambah yang terbatas dan kurang mampu bersaing dengan produk dari daerah lain.

Keterbatasan akses terhadap informasi dan teknologi juga menjadi salah satu faktor yang memengaruhi perkembangan UMKM di perdesaan (Rachmatsyah, 2025). Banyak pelaku usaha belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai peluang pasar yang lebih luas, termasuk pemanfaatan teknologi digital sebagai sarana promosi dan distribusi produk (Putri et al., 2025). Kondisi ini menyebabkan produk yang sebenarnya memiliki potensi ekonomi cukup besar tidak dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Padahal, perkembangan teknologi informasi saat ini membuka berbagai peluang baru bagi pelaku usaha untuk memperkenalkan produknya kepada konsumen secara lebih efektif dan efisien (Octiva et al., 2024).

Di sisi lain, wilayah perdesaan sebenarnya memiliki potensi sumber daya yang sangat beragam, baik yang bersumber dari kekayaan alam maupun dari kekayaan budaya masyarakat setempat (Tomisa & Oktayani, 2024). Potensi tersebut dapat menjadi modal penting dalam pengembangan ekonomi kreatif yang mampu menghasilkan produk-produk unik dan bernilai tambah tinggi (Vera Maria et al., 2024). Produk kerajinan tangan, kuliner tradisional, seni pertunjukan, hingga produk berbasis kearifan lokal merupakan contoh bentuk kegiatan ekonomi kreatif yang dapat berkembang di lingkungan perdesaan (M Alit Suryawan et al., 2025). Jika potensi tersebut dikelola secara tepat, maka dapat menjadi sumber pertumbuhan ekonomi baru bagi masyarakat setempat.

Ekonomi kreatif sendiri menekankan pada pemanfaatan ide, kreativitas, serta inovasi sebagai faktor utama dalam menciptakan nilai ekonomi (Siagian et al., 2025). Dalam pendekatan ini, sumber daya manusia menjadi aset yang sangat penting karena kemampuan berpikir kreatif dapat melahirkan berbagai produk yang berbeda dari yang sudah ada di pasar (Vendhi Prasmoro & Zulkarnaen, 2023). Bagi masyarakat perdesaan, pengembangan ekonomi kreatif tidak hanya memberikan peluang untuk meningkatkan pendapatan, tetapi juga menjadi sarana untuk melestarikan budaya lokal yang selama ini menjadi bagian dari identitas masyarakat (Ulnang et al., 2025).

Meskipun demikian, pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif di wilayah perdesaan tidak dapat berjalan secara otomatis tanpa adanya dukungan yang memadai (Kustanti, 2022). Banyak pelaku usaha yang sebenarnya memiliki keterampilan dan potensi kreativitas, tetapi belum mampu mengemas produk mereka secara menarik atau menyesuaikan dengan kebutuhan pasar. Selain itu, keterbatasan dalam aspek manajemen usaha, desain produk, serta strategi pemasaran sering kali menjadi hambatan yang menghambat perkembangan usaha kreatif di tingkat lokal (Rohmah et al., 2023).

Permasalahan lain yang sering muncul adalah rendahnya kemampuan pelaku UMKM dalam mengidentifikasi peluang pasar yang dapat dimanfaatkan. Produk yang dihasilkan sering kali hanya ditujukan untuk memenuhi kebutuhan pasar lokal tanpa mempertimbangkan kemungkinan untuk memperluas jangkauan pemasaran (Indarsih, 2025). Padahal, dengan pendekatan ekonomi kreatif, produk yang memiliki karakteristik unik justru memiliki peluang besar untuk menembus pasar yang lebih luas, bahkan hingga ke tingkat nasional maupun internasional.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengembangan UMKM di wilayah perdesaan memerlukan pendekatan yang lebih terarah dan sistematis. Salah satu pendekatan yang dapat dilakukan adalah melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada peningkatan kapasitas pelaku usaha dalam mengelola potensi ekonomi kreatif. Melalui kegiatan ini, pelaku UMKM dapat memperoleh pemahaman baru mengenai bagaimana mengembangkan usaha secara lebih inovatif dan berorientasi pada nilai tambah produk.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat juga dapat menjadi sarana untuk menjembatani kesenjangan pengetahuan antara dunia akademik dengan praktik usaha di lapangan. Perguruan tinggi memiliki peran penting dalam mentransfer pengetahuan, teknologi, serta berbagai metode pengembangan usaha yang dapat diterapkan oleh masyarakat (Febrianti et al., 2025). Dengan demikian, kegiatan pengabdian tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kapasitas masyarakat dalam mengelola usaha mereka.

Pendekatan ekonomi kreatif dalam pengembangan UMKM juga mendorong pelaku usaha untuk lebih berani melakukan inovasi dalam menciptakan produk yang memiliki ciri khas tersendiri. Inovasi tersebut dapat dilakukan melalui pengembangan desain produk, pemanfaatan bahan baku lokal secara lebih kreatif, maupun pengemasan produk yang lebih menarik bagi konsumen (Raudhah Intan et al., 2024). Melalui inovasi yang berkelanjutan, produk UMKM tidak hanya berfungsi sebagai komoditas ekonomi, tetapi juga sebagai representasi dari identitas budaya masyarakat setempat.

Selain inovasi produk, aspek pemasaran juga menjadi faktor penting dalam mendukung keberhasilan pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif. Dalam era digital saat ini, pemasaran tidak lagi terbatas pada metode konvensional seperti penjualan langsung di pasar tradisional (Sopiatutrida et al., 2025). Pemanfaatan media sosial, platform perdagangan elektronik, serta berbagai saluran pemasaran digital lainnya dapat membuka akses pasar yang jauh lebih luas bagi pelaku UMKM di perdesaan (Ummi Duwila et al., 2025).

Namun, kenyataannya masih banyak pelaku usaha yang belum terbiasa menggunakan teknologi digital sebagai bagian dari strategi pemasaran mereka (Kusuma & Fahamsyah, 2023). Kurangnya literasi digital membuat sebagian pelaku UMKM merasa kesulitan untuk memanfaatkan berbagai platform pemasaran yang tersedia (Auliya, 2024). Oleh karena itu, pendampingan dan pelatihan menjadi langkah penting untuk membantu masyarakat memahami cara memanfaatkan teknologi tersebut secara efektif.

Pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif juga memiliki dampak sosial yang cukup signifikan bagi masyarakat perdesaan. Ketika usaha kreatif berkembang, maka akan tercipta peluang kerja baru yang dapat melibatkan berbagai kelompok masyarakat, termasuk perempuan dan generasi muda. Hal ini penting karena salah satu tantangan yang sering dihadapi oleh wilayah perdesaan adalah terbatasnya kesempatan kerja yang menyebabkan sebagian penduduk memilih untuk bermigrasi ke wilayah perkotaan.

Dengan adanya kegiatan ekonomi kreatif yang berkembang di desa, masyarakat tidak hanya memiliki sumber pendapatan baru, tetapi juga memiliki alasan untuk tetap tinggal dan berkontribusi dalam pembangunan daerahnya. Selain itu, keterlibatan generasi muda dalam kegiatan ekonomi kreatif dapat mendorong munculnya ide-ide inovatif yang mampu memperkaya variasi produk yang dihasilkan oleh UMKM setempat.

Dalam perspektif pembangunan berkelanjutan, pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif juga memiliki potensi untuk mendukung pemanfaatan sumber daya lokal secara lebih bijak. Banyak produk kreatif yang memanfaatkan bahan baku dari lingkungan sekitar sehingga dapat mengurangi ketergantungan terhadap bahan baku dari luar daerah (Erviana et al., 2025). Pendekatan ini tidak hanya memberikan manfaat ekonomi, tetapi juga mendukung upaya pelestarian lingkungan dan budaya lokal.

Melihat berbagai potensi dan tantangan tersebut, diperlukan suatu upaya yang terencana untuk membantu masyarakat perdesaan dalam mengembangkan UMKM berbasis ekonomi kreatif secara lebih optimal. Upaya tersebut dapat dilakukan melalui program pengabdian kepada masyarakat yang dirancang secara partisipatif dengan melibatkan pelaku usaha sebagai subjek utama dalam proses pengembangan usaha.

Melalui kegiatan pengabdian ini, diharapkan pelaku UMKM dapat memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai strategi pengembangan usaha kreatif, mulai dari identifikasi potensi lokal, pengembangan produk, hingga strategi pemasaran yang sesuai dengan dinamika pasar. Dengan demikian, pelaku usaha tidak hanya menjalankan kegiatan usaha secara rutin, tetapi juga memiliki kemampuan untuk merencanakan pengembangan usaha secara lebih strategis.

Dengan demikian, pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif di wilayah perdesaan diharapkan dapat menjadi salah satu pendorong utama dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Ketika potensi lokal mampu diolah menjadi produk yang bernilai ekonomi tinggi, maka desa tidak lagi dipandang sebagai wilayah yang tertinggal, melainkan sebagai ruang yang memiliki peluang besar untuk tumbuh dan berkembang melalui kekuatan kreativitas masyarakatnya. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada strategi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif menjadi langkah penting dalam mendorong terwujudnya kemandirian ekonomi di tingkat perdesaan. Demi mewujudkan masyarakat yang adil dan sejahtera, diperlukan langkah-langkah konkret mulai dari meningkatkan pendapatan masyarakat dan pertumbuhan ekonomi hingga menjamin keamanan serta stabilitas negara (Yasmita et al., 2025).

METODE

Tahap Identifikasi Potensi dan Permasalahan UMKM

Tahap awal dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah melakukan identifikasi terhadap potensi serta berbagai permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM di wilayah perdesaan. Proses identifikasi dilakukan melalui observasi lapangan, diskusi informal dengan pelaku usaha, serta pengumpulan informasi terkait kondisi usaha yang sedang dijalankan oleh masyarakat. Kegiatan ini bertujuan untuk memperoleh gambaran nyata mengenai karakteristik usaha, jenis produk yang dihasilkan, sumber bahan baku, sistem produksi yang digunakan, hingga pola pemasaran yang selama ini diterapkan oleh pelaku UMKM.

Pada tahap ini, tim pengabdian tidak hanya berperan sebagai pengamat, tetapi juga berusaha membangun komunikasi yang terbuka dengan masyarakat agar pelaku usaha merasa nyaman dalam menyampaikan berbagai kendala yang mereka hadapi. Melalui proses interaksi tersebut, biasanya akan terungkap berbagai persoalan yang selama ini menjadi hambatan dalam pengembangan usaha, seperti keterbatasan inovasi produk, kurangnya kemampuan dalam mengemas produk secara menarik, rendahnya pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran, hingga minimnya pemahaman mengenai konsep ekonomi kreatif yang sebenarnya memiliki potensi besar untuk meningkatkan nilai tambah produk.

Selain itu, identifikasi juga diarahkan untuk menggali potensi lokal yang dapat dikembangkan menjadi produk kreatif yang bernilai ekonomi. Wilayah perdesaan umumnya memiliki kekayaan sumber daya alam, budaya lokal, serta keterampilan tradisional masyarakat yang apabila dikelola dengan baik dapat menjadi basis pengembangan usaha kreatif.

Tahap Perencanaan Program Pengembangan UMKM

Setelah proses identifikasi potensi dan permasalahan selesai dilakukan, tahap berikutnya adalah menyusun perencanaan program pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif. Perencanaan ini dilakukan secara kolaboratif dengan melibatkan pelaku UMKM sebagai pihak yang secara langsung menjalankan aktivitas usaha. Pendekatan partisipatif dalam tahap perencanaan dianggap penting karena strategi yang dirancang harus sesuai dengan kondisi nyata di lapangan serta dapat diterapkan secara realistis oleh masyarakat.

Dalam proses perencanaan ini, tim pengabdian bersama masyarakat mendiskusikan berbagai bentuk kegiatan yang dapat mendukung pengembangan usaha. Program yang dirancang umumnya mencakup kegiatan pelatihan, pendampingan usaha, penguatan kapasitas manajerial, serta pengembangan inovasi produk berbasis kreativitas lokal. Selain itu, perencanaan juga mencakup strategi pemasaran yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi, termasuk pemanfaatan media sosial dan platform digital sebagai sarana promosi produk.

Tahap Pelaksanaan Sosialisasi dan Edukasi Ekonomi Kreatif

Tahap selanjutnya adalah pelaksanaan kegiatan sosialisasi dan edukasi mengenai konsep ekonomi kreatif sebagai landasan dalam pengembangan UMKM. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai pentingnya kreativitas, inovasi, serta nilai tambah dalam kegiatan usaha.

Melalui kegiatan sosialisasi ini, tim pengabdian memberikan pemaparan mengenai berbagai peluang yang dapat dikembangkan melalui pendekatan ekonomi kreatif. Materi yang disampaikan mencakup konsep dasar ekonomi kreatif, pentingnya inovasi dalam pengembangan produk, strategi

menciptakan diferensiasi produk, serta pemanfaatan identitas lokal sebagai kekuatan dalam membangun daya tarik produk di pasar.

Metode penyampaian materi dilakukan secara interaktif agar peserta tidak hanya berperan sebagai pendengar, tetapi juga dapat terlibat dalam proses diskusi. Peserta diberikan kesempatan untuk berbagi pengalaman terkait usaha yang mereka jalankan, termasuk berbagai tantangan yang mereka hadapi dalam mengembangkan produk. Dengan cara ini, proses pembelajaran menjadi lebih kontekstual karena materi yang dibahas berkaitan langsung dengan kondisi nyata yang dialami oleh pelaku usaha.

Tahap Pelatihan dan Pengembangan Keterampilan Usaha

Setelah masyarakat memperoleh pemahaman dasar mengenai ekonomi kreatif, kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan yang berfokus pada peningkatan keterampilan praktis dalam pengembangan usaha. Pelatihan ini dirancang untuk membantu pelaku UMKM meningkatkan kualitas produk, memperbaiki tampilan kemasan, serta mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif.

Dalam pelatihan ini, peserta diajak untuk mempelajari berbagai teknik pengolahan produk yang dapat meningkatkan nilai tambah, termasuk cara mengembangkan variasi produk agar lebih menarik bagi konsumen. Selain itu, pelatihan juga mencakup aspek desain kemasan yang menarik, karena kemasan memiliki peran penting dalam meningkatkan daya tarik produk di pasar. Banyak produk UMKM yang sebenarnya memiliki kualitas yang baik, namun kurang diminati konsumen karena tampilan kemasannya kurang menarik.

Selain aspek produksi, pelatihan juga mencakup pengenalan strategi pemasaran digital. Peserta diberikan pemahaman mengenai cara memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi produk, teknik membuat konten pemasaran yang menarik, serta cara membangun komunikasi dengan konsumen melalui platform digital. Dengan memanfaatkan teknologi digital, pelaku UMKM di wilayah perdesaan memiliki peluang untuk memperluas jangkauan pasar yang sebelumnya terbatas pada lingkungan lokal.

Tahap Pendampingan dan Implementasi Strategi Usaha

Dalam tahap ini, tim pengabdian secara aktif mendampingi pelaku usaha dalam menerapkan berbagai strategi yang telah dipelajari. Pendampingan dilakukan melalui diskusi rutin, kunjungan lapangan, serta konsultasi terkait berbagai kendala yang muncul selama proses pengembangan usaha. Melalui pendekatan ini, pelaku UMKM dapat memperoleh solusi yang lebih konkret terhadap permasalahan yang mereka hadapi.

Pendampingan juga berfungsi untuk mendorong munculnya inovasi baru dalam pengembangan produk. Dengan adanya interaksi yang intensif antara tim pengabdian dan masyarakat, pelaku usaha dapat memperoleh berbagai masukan yang konstruktif untuk meningkatkan kualitas produknya. Proses ini diharapkan dapat memunculkan ide-ide kreatif yang mampu memperkuat identitas produk lokal sekaligus meningkatkan daya saing di pasar.

Tahap Evaluasi

Tahap terakhir dalam metode pelaksanaan pengabdian ini adalah melakukan evaluasi terhadap seluruh rangkaian kegiatan yang telah dilaksanakan. Evaluasi dilakukan untuk menilai sejauh mana program pengabdian mampu memberikan dampak terhadap peningkatan kapasitas pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya. Proses evaluasi dilakukan melalui diskusi bersama peserta, pengamatan terhadap perubahan yang terjadi dalam aktivitas usaha, serta pengumpulan umpan balik dari masyarakat.

Melalui kegiatan evaluasi ini, tim pengabdian dapat mengetahui aspek-aspek program yang telah berjalan dengan baik maupun yang masih memerlukan perbaikan. Evaluasi juga memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk menyampaikan pengalaman mereka selama mengikuti kegiatan pengabdian, termasuk manfaat yang mereka rasakan setelah memperoleh berbagai pelatihan dan pendampingan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada strategi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif di wilayah perdesaan menghasilkan berbagai perubahan yang cukup signifikan, baik pada aspek pengetahuan, keterampilan, maupun cara pandang pelaku usaha dalam mengelola dan mengembangkan kegiatan ekonominya. Proses yang dilakukan melalui tahapan identifikasi, sosialisasi, pelatihan, serta pendampingan memberikan ruang bagi masyarakat untuk tidak

hanya menerima informasi baru, tetapi juga mengalami proses pembelajaran secara langsung melalui praktik dan interaksi yang berkelanjutan. Hasil kegiatan pengabdian ini dapat dijelaskan melalui beberapa aspek berikut.

Meningkatnya Pemahaman Pelaku UMKM terhadap Konsep Ekonomi Kreatif

Salah satu hasil yang paling terlihat dari pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah meningkatnya pemahaman para pelaku UMKM mengenai konsep ekonomi kreatif serta perannya dalam mendukung pengembangan usaha. Sebelum kegiatan ini dilaksanakan, sebagian besar pelaku usaha di wilayah perdesaan masih memandang kegiatan usaha hanya sebagai aktivitas produksi dan penjualan barang secara konvensional. Pola usaha yang dijalankan umumnya mengikuti kebiasaan yang telah berlangsung cukup lama di lingkungan masyarakat, sehingga proses produksi cenderung dilakukan secara rutin tanpa disertai upaya inovasi atau pengembangan produk yang lebih variatif.

Melalui rangkaian kegiatan sosialisasi, diskusi, serta sesi berbagi pengalaman yang dilaksanakan selama program pengabdian berlangsung, para pelaku UMKM mulai memperoleh pemahaman yang lebih luas mengenai pentingnya kreativitas dalam dunia usaha. Mereka mulai menyadari bahwa kreativitas tidak hanya berkaitan dengan ide-ide baru, tetapi juga dapat menjadi faktor penting dalam menciptakan nilai tambah pada produk yang dihasilkan. Dari proses pembelajaran tersebut, muncul kesadaran bahwa produk yang selama ini mereka produksi sebenarnya memiliki peluang untuk dikembangkan lebih jauh melalui berbagai bentuk inovasi.

Kesadaran ini mendorong para pelaku usaha untuk mulai memikirkan kemungkinan pengembangan produk yang lebih beragam. Beberapa di antaranya mulai mempertimbangkan pembuatan variasi produk yang berbeda dari sebelumnya, memperhatikan aspek pengemasan agar lebih menarik, serta mencoba menonjolkan identitas lokal sebagai karakter khas dari produk yang mereka hasilkan. Pendekatan semacam ini secara perlahan membuka cara pandang baru bahwa potensi lokal yang ada di sekitar masyarakat dapat menjadi sumber inspirasi dalam menciptakan produk yang lebih bernilai.

Perubahan cara pandang tersebut menjadi fondasi yang cukup penting dalam proses pengembangan UMKM di wilayah perdesaan. Ketika pelaku usaha mulai memahami bahwa kreativitas dapat menjadi sumber keunggulan dalam persaingan usaha, mereka cenderung lebih terbuka terhadap berbagai gagasan baru serta lebih berani mencoba pendekatan yang berbeda dalam mengembangkan produknya. Dengan demikian, kegiatan pengabdian yang dilaksanakan tidak hanya memberikan tambahan pengetahuan secara teoritis, tetapi juga turut mempengaruhi pola pikir para pelaku usaha dalam melihat peluang ekonomi yang sebenarnya tersedia di lingkungan sekitar mereka.

Hasil kegiatan ini didukung oleh penelitian (Makarim & Dewi, 2025) yang menjelaskan bahwa Hasil pre-test dan post-test menunjukkan peningkatan pengetahuan rata-rata peserta sebesar 36%. Pada awal kegiatan, hanya 5 dari 38 peserta yang mengetahui konsep dasar ekonomi kreatif. Setelah kegiatan, 32 peserta dapat menjelaskan prinsip ekonomi kreatif dan mengidentifikasi potensi produk lokal yang bisa dikembangkan (misalnya: keripik singkong, tas bambu, teh serai, sabun herbal, dll.).

Munculnya Inovasi Produk Berbasis Potensi Lokal

Hasil lain yang cukup menonjol dari pelaksanaan kegiatan pengabdian ini terlihat dari mulai tumbuhnya berbagai gagasan inovatif dalam pengembangan produk yang bersumber dari potensi lokal. Wilayah perdesaan pada dasarnya menyimpan kekayaan sumber daya yang beragam, baik berupa hasil alam, kearifan budaya, maupun keterampilan tradisional yang diwariskan secara turun-temurun oleh masyarakat. Potensi tersebut sebenarnya memiliki peluang besar untuk dikembangkan menjadi produk ekonomi yang bernilai, meskipun pada kenyataannya belum seluruhnya dimanfaatkan secara maksimal dalam aktivitas usaha masyarakat sehari-hari.

Melalui rangkaian proses pendampingan yang dilakukan oleh tim pengabdian, para pelaku UMKM diajak untuk melihat kembali potensi di sekitar mereka dengan sudut pandang yang lebih kreatif dan terbuka. Mereka didorong untuk menggali berbagai kemungkinan pemanfaatan sumber daya lokal yang sebelumnya dianggap biasa, kemudian mengolahnya menjadi produk yang memiliki nilai tambah. Dalam proses ini, pembinaan tidak hanya berfokus pada aspek teknis produksi semata, tetapi juga menekankan pentingnya menggali makna, cerita, dan identitas lokal yang melekat pada suatu produk sehingga mampu menjadi keunikan tersendiri di mata konsumen.

Pada tahap implementasi di lapangan, terlihat adanya upaya dari beberapa pelaku usaha untuk melakukan pembaruan terhadap produk yang sebelumnya diproduksi secara sederhana dan cenderung monoton. Mereka mulai mencoba menghadirkan variasi baru dalam bentuk, rasa, maupun desain produk. Selain itu, terdapat pula upaya untuk meningkatkan kualitas bahan baku yang digunakan serta memperhatikan aspek estetika pada kemasan maupun tampilan produk secara keseluruhan. Sentuhan kreativitas yang mulai muncul tersebut menunjukkan bahwa ketika pelaku usaha memperoleh kesempatan untuk belajar, berdiskusi, dan bereksperimen, mereka mampu memunculkan ide-ide segar yang sebelumnya tidak pernah terpikirkan.

Perkembangan ini sekaligus memperlihatkan bahwa pendekatan ekonomi kreatif dapat menjadi salah satu strategi yang cukup relevan dalam upaya meningkatkan daya saing UMKM di wilayah perdesaan. Dengan menjadikan potensi lokal sebagai sumber inspirasi utama, produk yang dihasilkan tidak hanya memiliki nilai ekonomi yang lebih tinggi, tetapi juga mengandung unsur identitas budaya yang khas. Hal ini pada akhirnya tidak hanya memberikan manfaat bagi peningkatan pendapatan pelaku usaha, tetapi juga turut menjaga keberlanjutan nilai-nilai lokal yang menjadi bagian penting dari kehidupan masyarakat perdesaan.

Peningkatan Kualitas Pengemasan dan Presentasi Produk

Selain inovasi pada aspek produk, kegiatan pengabdian ini juga memberikan pengaruh yang cukup terasa terhadap perbaikan pengemasan serta cara produk dipresentasikan kepada konsumen. Sebelum program pendampingan dilaksanakan, sebagian besar produk UMKM masih dipasarkan dengan kemasan yang sangat sederhana. Bahkan dalam beberapa kasus, produk hanya dibungkus secara praktis tanpa adanya label, merek, maupun identitas usaha yang jelas. Kondisi tersebut membuat produk menjadi kurang mudah dikenali oleh konsumen dan pada akhirnya menyulitkan pelaku usaha untuk membangun kepercayaan pasar, terlebih ketika harus bersaing dengan produk lain yang telah memiliki tampilan kemasan yang lebih menarik dan profesional.

Melalui kegiatan pelatihan yang dilaksanakan selama program berlangsung, para pelaku UMKM mulai memperoleh pemahaman baru mengenai fungsi kemasan dalam kegiatan pemasaran produk. Mereka menyadari bahwa kemasan tidak semata-mata berperan sebagai pelindung fisik produk dari kerusakan, tetapi juga berfungsi sebagai media komunikasi yang menyampaikan informasi penting kepada konsumen. Kemasan yang dirancang dengan baik dapat memberikan kesan pertama yang positif, meningkatkan daya tarik visual, sekaligus merepresentasikan kualitas produk yang ditawarkan oleh pelaku usaha.

Setelah mengikuti rangkaian pelatihan dan proses pendampingan secara bertahap, sejumlah pelaku usaha mulai melakukan penyesuaian pada kemasan produk mereka. Beberapa di antaranya mencoba menggunakan bahan kemasan yang lebih rapi dan tahan lama, menambahkan label atau merek usaha, serta mencantumkan informasi yang lebih lengkap seperti nama produk, komposisi, maupun identitas produsen. Meskipun perubahan yang dilakukan terkesan sederhana, langkah ini memberikan dampak yang cukup signifikan dalam meningkatkan kepercayaan konsumen serta memperkuat identitas produk di pasaran.

Di samping itu, proses pembelajaran mengenai desain dan pengemasan produk juga memperluas wawasan pelaku usaha mengenai pentingnya membangun citra atau karakter produk secara lebih terencana. Mereka mulai memahami bahwa tampilan visual memiliki peran strategis dalam mempengaruhi persepsi konsumen serta keputusan pembelian. Dalam situasi persaingan pasar yang semakin dinamis, kemampuan untuk menghadirkan produk dengan kemasan yang menarik dan informatif menjadi salah satu faktor penting yang dapat membantu UMKM memperkuat posisi mereka di tengah pasar yang semakin kompetitif.

Meningkatnya Kemampuan Pelaku UMKM dalam Memanfaatkan Media Digital

Salah satu perkembangan yang cukup penting dari pelaksanaan kegiatan pengabdian ini terlihat dari meningkatnya kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana untuk memasarkan produk mereka. Sebelum program ini dilaksanakan, sebagian besar pelaku usaha masih mengandalkan pola pemasaran yang bersifat konvensional. Penjualan umumnya dilakukan secara langsung kepada konsumen di lingkungan sekitar, seperti melalui pasar tradisional, titip jual di warung, atau melalui jaringan pertemanan dan kerabat yang relatif terbatas. Pola pemasaran seperti ini memang telah lama menjadi kebiasaan masyarakat perdesaan, namun dalam banyak kasus ruang jangkauannya menjadi sangat terbatas sehingga peluang pengembangan usaha juga tidak berkembang secara maksimal.

Melalui kegiatan pelatihan yang diselenggarakan dalam program pengabdian, para pelaku UMKM mulai diperkenalkan pada berbagai alternatif pemasaran berbasis teknologi digital yang saat ini semakin berkembang. Mereka diberikan pemahaman mengenai pemanfaatan berbagai platform digital yang dapat digunakan sebagai media promosi produk. Dalam sesi pelatihan tersebut, pelaku usaha tidak hanya diperkenalkan pada konsep dasar pemasaran digital, tetapi juga diajak mempraktikkan secara langsung cara memanfaatkan media sosial sebagai ruang promosi yang efektif. Selain itu, mereka juga belajar mengenai pentingnya membuat konten yang menarik, menampilkan foto produk yang lebih informatif, serta membangun komunikasi yang responsif dan interaktif dengan calon konsumen.

Bagi sebagian pelaku usaha, proses pembelajaran ini menjadi pengalaman baru karena sebelumnya mereka belum terbiasa menggunakan teknologi digital sebagai bagian dari aktivitas bisnis. Pada tahap awal, tentu masih terdapat sejumlah kendala, terutama berkaitan dengan perbedaan tingkat pemahaman teknologi di antara para peserta. Namun demikian, melalui proses pendampingan yang dilakukan secara bertahap, mulai terlihat adanya perubahan sikap dan kepercayaan diri dari para pelaku UMKM untuk mencoba memanfaatkan media digital dalam mempromosikan produk mereka.

Perkembangan ini secara tidak langsung membuka peluang yang lebih luas bagi pengembangan usaha di wilayah perdesaan. Dengan memanfaatkan teknologi digital, pelaku UMKM tidak lagi sepenuhnya bergantung pada pasar lokal yang terbatas, melainkan memiliki kesempatan untuk memperkenalkan produk mereka kepada konsumen yang berada di luar wilayah tersebut. Akses pasar yang lebih luas ini tentu memberikan potensi peningkatan permintaan produk, yang pada akhirnya dapat berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan pelaku usaha serta mendukung keberlanjutan usaha yang mereka jalankan dalam jangka panjang.

Meningkatnya Kepercayaan Diri dan Motivasi Pelaku UMKM

Selain perubahan yang berkaitan dengan aspek teknis pengelolaan usaha, kegiatan pengabdian ini juga memberikan dampak yang cukup berarti pada sisi psikologis para pelaku UMKM yang terlibat. Sebelum mengikuti rangkaian kegiatan pelatihan dan pendampingan, sebagian peserta masih menunjukkan keraguan terhadap kemampuan mereka dalam mengembangkan usaha secara lebih maju. Perasaan ragu tersebut muncul karena keterbatasan pengalaman, kurangnya akses terhadap informasi, serta minimnya kesempatan untuk belajar mengenai pengelolaan usaha yang lebih terarah. Namun setelah mengikuti berbagai kegiatan yang diselenggarakan dalam program ini, mulai terlihat adanya perubahan pada cara pandang mereka terhadap usaha yang dijalankan.

Proses interaksi yang berlangsung secara intensif antara tim pengabdian dengan masyarakat memberikan ruang dialog yang cukup terbuka bagi para pelaku usaha. Dalam berbagai sesi diskusi dan pendampingan, peserta tidak hanya menerima materi, tetapi juga memiliki kesempatan untuk berbagi pengalaman mengenai perjalanan usaha yang mereka jalankan, termasuk berbagai tantangan dan kendala yang dihadapi. Melalui proses saling berbagi tersebut, muncul suasana kebersamaan yang mendorong para pelaku usaha untuk saling memberikan dukungan dan motivasi satu sama lain. Lingkungan pembelajaran yang bersifat kolaboratif ini secara tidak langsung menciptakan atmosfer yang kondusif bagi peserta untuk lebih terbuka dalam menerima gagasan baru serta berani mencoba berbagai pendekatan yang sebelumnya belum pernah mereka lakukan.

Perubahan sikap tersebut dapat dilihat dari meningkatnya antusiasme peserta dalam mengikuti setiap rangkaian kegiatan yang diselenggarakan selama program berlangsung. Jika pada awalnya sebagian peserta cenderung bersikap pasif, seiring berjalannya waktu mereka mulai menunjukkan keterlibatan yang lebih aktif. Para pelaku usaha tidak hanya hadir sebagai pendengar, tetapi juga mulai berani mengajukan pertanyaan, mengemukakan pendapat, serta mendiskusikan berbagai ide yang dapat diterapkan dalam usaha mereka. Bahkan beberapa peserta terlihat mencoba menerapkan secara langsung strategi-strategi baru yang diperoleh selama proses pelatihan.

Meningkatnya rasa percaya diri ini dapat dipandang sebagai salah satu bentuk modal sosial yang sangat penting dalam proses pengembangan UMKM. Ketika pelaku usaha memiliki keyakinan yang lebih kuat terhadap potensi diri dan usaha yang dijalankan, mereka cenderung lebih berani mengambil langkah-langkah inovatif serta tidak mudah menyerah ketika menghadapi tantangan. Oleh karena itu, dampak kegiatan pengabdian tidak hanya tercermin pada peningkatan keterampilan teknis semata, tetapi juga pada perubahan pola pikir dan sikap mental para pelaku usaha yang menjadi fondasi penting bagi keberlanjutan dan perkembangan usaha mereka di masa mendatang.

Meningkatnya Pengelolaan Usaha Secara Lebih Sistematis

Hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat juga memperlihatkan adanya perubahan sikap dan pemahaman di kalangan pelaku UMKM terkait pentingnya pengelolaan usaha yang lebih tertata. Pada awalnya, sebagian besar pelaku usaha cenderung menjalankan aktivitas bisnis secara sederhana dan mengandalkan pengalaman sehari-hari tanpa perencanaan yang jelas. Namun setelah mengikuti rangkaian penyampaian materi dan diskusi selama kegiatan berlangsung, para peserta mulai menyadari bahwa keberlangsungan usaha tidak semata-mata ditentukan oleh kemampuan menghasilkan atau menjual produk. Lebih dari itu, keberhasilan usaha juga sangat dipengaruhi oleh bagaimana proses perencanaan, pengorganisasian, serta pengelolaan kegiatan usaha dilakukan secara terarah dan sistematis.

Pemahaman tersebut mendorong sebagian pelaku UMKM untuk mulai melakukan perubahan kecil dalam praktik pengelolaan usaha mereka. Salah satu langkah yang mulai diterapkan adalah melakukan pencatatan sederhana terhadap aktivitas usaha yang dijalankan. Beberapa peserta mulai berinisiatif mencatat berbagai komponen penting dalam kegiatan usaha, seperti pengeluaran untuk pembelian bahan baku, jumlah produk yang berhasil dijual, hingga perhitungan keuntungan yang diperoleh dari hasil penjualan. Walaupun bentuk pencatatan tersebut masih bersifat sederhana dan belum sepenuhnya menggunakan sistem administrasi yang kompleks, upaya ini menunjukkan adanya kemajuan dalam cara pandang pelaku usaha terhadap pentingnya pengelolaan keuangan dan kegiatan operasional secara lebih tertib.

Perubahan tersebut dapat dipandang sebagai indikasi awal dari berkembangnya pola pikir kewirausahaan yang lebih profesional di kalangan pelaku UMKM. Kesadaran untuk mulai mengelola usaha secara lebih terstruktur mencerminkan bahwa para pelaku usaha mulai memahami pentingnya perencanaan dan pengendalian dalam menjalankan aktivitas ekonomi mereka. Dengan adanya perubahan cara pandang ini, diharapkan pelaku UMKM di wilayah perdesaan dapat secara bertahap meningkatkan kualitas pengelolaan usaha, sehingga usaha yang dijalankan tidak hanya mampu bertahan, tetapi juga memiliki peluang untuk berkembang secara lebih berkelanjutan di masa yang akan datang.

Terbangunnya Jaringan Kerja Sama Antar Pelaku UMKM

Hasil lain yang tidak kalah penting dari pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah mulai terbentuknya jaringan kerja sama di antara para pelaku UMKM yang berada di wilayah perdesaan. Selama proses kegiatan berlangsung, para pelaku usaha yang berasal dari berbagai jenis usaha memiliki kesempatan untuk bertemu dalam satu ruang pembelajaran yang sama. Pertemuan tersebut membuka peluang bagi mereka untuk berdiskusi, bertukar pengalaman, serta saling menceritakan berbagai strategi yang selama ini mereka gunakan dalam menjalankan dan mempertahankan usaha.

Melalui interaksi yang terjadi selama kegiatan pelatihan maupun sesi diskusi, para peserta mulai menyadari bahwa banyak di antara mereka yang menghadapi tantangan yang serupa dalam mengelola usaha. Kesadaran ini secara perlahan mendorong munculnya pemahaman baru mengenai pentingnya membangun kerja sama sebagai salah satu cara untuk menghadapi berbagai keterbatasan yang sering dialami oleh pelaku UMKM di wilayah perdesaan. Beberapa pelaku usaha mulai melihat peluang untuk saling mendukung satu sama lain, misalnya dengan berbagi informasi terkait sumber bahan baku yang lebih mudah dijangkau, saling bertukar pengalaman mengenai strategi pemasaran yang efektif, hingga membicarakan kemungkinan untuk melakukan kolaborasi dalam pengembangan produk tertentu.

Terbangunnya jaringan sosial semacam ini merupakan salah satu elemen penting dalam memperkuat ekosistem UMKM di wilayah perdesaan. Ketika pelaku usaha tidak lagi bergerak secara individual, melainkan mulai membangun relasi kerja sama dan saling mendukung, maka peluang untuk berkembang akan menjadi lebih besar. Selain itu, jaringan tersebut juga dapat berfungsi sebagai ruang pembelajaran bersama yang memungkinkan masyarakat untuk saling bertukar pengetahuan, pengalaman, serta strategi usaha secara berkelanjutan. Dengan demikian, keberadaan jaringan kerja sama ini tidak hanya memberikan manfaat dalam jangka pendek, tetapi juga berpotensi menjadi fondasi bagi penguatan kapasitas UMKM secara kolektif di masa yang akan datang.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa program strategi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif di wilayah perdesaan memberikan dampak yang cukup positif terhadap peningkatan kapasitas pelaku usaha. Kegiatan yang meliputi sosialisasi, pelatihan, serta pendampingan secara bertahap mampu memberikan pemahaman baru kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya kreativitas dan inovasi dalam mengembangkan usaha yang dijalankan.

Hasil kegiatan menunjukkan adanya perubahan cara pandang pelaku UMKM dalam melihat potensi usaha yang dimiliki. Para pelaku usaha mulai menyadari bahwa sumber daya lokal yang terdapat di lingkungan sekitar dapat dimanfaatkan secara lebih kreatif untuk menghasilkan produk yang memiliki nilai tambah. Kesadaran ini mendorong munculnya berbagai gagasan inovatif dalam pengembangan produk, baik melalui variasi produk, peningkatan kualitas bahan baku, maupun penonjolan identitas lokal sebagai ciri khas dari produk yang dihasilkan.

Selain itu, kegiatan ini juga memberikan kontribusi terhadap peningkatan kualitas pengemasan dan presentasi produk, sehingga produk UMKM menjadi lebih menarik dan memiliki identitas yang lebih jelas di mata konsumen. Pelaku usaha juga mulai memahami pentingnya memanfaatkan media digital sebagai sarana pemasaran yang dapat memperluas jangkauan pasar di luar wilayah perdesaan. Meskipun masih dalam tahap awal, kemampuan untuk menggunakan teknologi digital dalam promosi produk menunjukkan adanya perkembangan yang cukup signifikan dalam strategi pemasaran UMKM.

Di sisi lain, program ini turut memberikan dampak positif terhadap peningkatan kepercayaan diri dan motivasi pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya. Para peserta menjadi lebih aktif dalam berdiskusi, berbagi pengalaman, serta mencoba menerapkan berbagai strategi baru yang diperoleh selama kegiatan berlangsung. Selain itu, mulai terlihat adanya upaya untuk mengelola usaha secara lebih sistematis melalui pencatatan sederhana terhadap kegiatan usaha yang dilakukan.

Kegiatan ini juga mendorong terbentuknya hubungan kerja sama di antara para pelaku UMKM yang terlibat dalam program. Interaksi yang terjalin selama kegiatan membuka peluang bagi mereka untuk saling bertukar informasi, berbagi pengalaman, serta membangun jaringan yang dapat mendukung perkembangan usaha secara bersama-sama.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini tidak hanya memberikan tambahan pengetahuan kepada pelaku UMKM, tetapi juga berkontribusi dalam membentuk pola pikir yang lebih terbuka terhadap inovasi, kerja sama, serta pengelolaan usaha yang lebih terarah. Dengan adanya dukungan dan pendampingan yang berkelanjutan, diharapkan pelaku UMKM di wilayah perdesaan dapat terus mengembangkan usaha mereka sehingga mampu meningkatkan daya saing serta memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap perekonomian masyarakat setempat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, serta kontribusi dalam pelaksanaan kegiatan ini. Tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak, kegiatan ini tidak akan dapat terlaksana dengan baik. Penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan apresiasi kepada pemerintah desa serta seluruh perangkat desa yang telah memberikan izin, dukungan, dan bantuan selama proses pelaksanaan kegiatan di lapangan. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada para pelaku UMKM yang telah berpartisipasi secara aktif dalam setiap rangkaian kegiatan yang dilaksanakan. Keterbukaan, antusiasme, serta partisipasi para pelaku UMKM dalam mengikuti kegiatan sosialisasi, pelatihan, maupun diskusi menjadi salah satu faktor penting yang mendukung keberhasilan program ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh anggota tim yang telah bekerja sama dengan penuh komitmen dalam merancang, melaksanakan, serta mengevaluasi setiap tahapan kegiatan. Penulis berharap bahwa hasil dari kegiatan ini dapat memberikan manfaat yang nyata bagi pengembangan UMKM di wilayah perdesaan serta dapat menjadi salah satu kontribusi dalam upaya mendorong penguatan ekonomi masyarakat berbasis potensi lokal. Penulis juga menyadari bahwa pelaksanaan kegiatan ini masih memiliki berbagai keterbatasan, sehingga kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan dan pengembangan kegiatan serupa di masa yang akan datang.

REFERENSI

Aulia, A., Kumalawati, R., Kartika, N. Y., & Normelani, E. (2025). Pengelolaan UMKM Mikro di Sungai Tiung: Peluang, Tantangan, dan Strategi Penguatan Berbasis Wawancara Lapangan.

- Cakrawala Repositori IMWI, 8(6), 345–358. <https://doi.org/10.52851/cakrawala.v8i6.822>
- Auliya, R. T. (2024). Analisis Tantangan dan Peluang Pemanfaatan Teknologi Digital Mengembangkan Bisnis UMKM di Kota Semarang. *Journal of Islamic Entrepreneurship and Business Research, Vol. 1, No. 1*, 1–10.
- Creativity, H. R., Febrianti, A., Robbi, P. F., Handayani, A. P., Safitri, L. A., & Permana, D. (2025). Pemberdayaan UMKM melalui Sinergi Perguruan Tinggi dan Masyarakat dalam Pengembangan Kreativitas SDM. 3(4), 12–29. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.18030493%20>
- Erviana, E., Khahikmah, N., Aprino, S., Putra, B., Studi, P., Syariah, E., Bisnis, E., & Pelita Bangsa, U. (2025). *Abdiya: Jurnal Abdi Cindekia Nusantara Pemberdayaan Sampah Botol Plastik Bekas Sebagai Bahan Utama Produk 3R (Reduce, Reuse, Recycle) ; Praktek Ekonomi Kreatif Membuat Sofa Stool Dari Botol Plastik. 6(1)*, 2035.
- Hartanto, A. D., Siswati, A., & Mardiasih, N. C. (2021). Formulasi Pengembangan Ekonomi Lokal Partisipatif Sebagai Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM. *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan, 5(1)*, 18–25. <https://doi.org/10.33005/jdep.v5i1.312>
- Indarsih, F. (2025). Dari Klik Ke Pasar: Peran Media Sosial Dalam Menembus Batas Produk Lokal. *Jurnal Manajemen Dan Ilmu Administrasi, 1(2)*, 117–124. <https://doi.org/https://doi.org/10.58472/jmia.v1i2.113>
- Kustanti, R. (2022). Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif di Kabupaten Jepara. *Jurnal Ekobistek, 11*, 239–244. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v11i3.366>
- Kusuma, M., & Fahamsyah, M. H. (2023). Strategi Pemasaran Digital Dalam Pengembangan Usaha Umkm Ayam Petelur Di Bojonegoro. *Jurnal Investasi, 9(4)*, 237–248. <https://doi.org/10.31943/investasi.v9i4.299>
- Lubis, P. S. I., & Salsabila, R. (2024). Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah) Dalam Meningkatkan Pembangunan Ekonomi Di Indonesia. *Muqaddimah: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bismis, 2(3)*, 91–110. <https://doi.org/https://doi.org/10.59246/muqaddimah.v2i2.716>
- M Alit Suryawan, Adi Artino, Abdul Rosid, Ramadhani Kirana Putra, & Afni Yeni. (2025). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Kearifan Lokal dan Ekonomi Kreatif. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan, 4(2)*, 11613–11621. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i2.3810>
- Makarim, S. A., & Dewi, L. S. (2025). Pemberdayaan Masyarakat Desa Melalui Ekonomi Kreatif: Strategi Pengembangan Ekonomi Pedesaan Di Desa Sukagalih, Kecamatan Sukaratu. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Multi Disiplin, 2(2)*, 33–39. <https://doi.org/10.70134/jupengen.v2i2.434>
- Nadiroh, N., Roifah, T. N., & Kartikawati, Y. (2025). Peran UMKM dalam Meningkatkan Pendapatan Ibu Rumah Tangga di Desa Tamansari Kecamatan Sumbermalang Kabupaten Situbondo melalui Kerajinan Besek Bambu. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (JEBI), 5(1)*, 51–65. <https://doi.org/10.56013/jebi.v5i1.3854>
- Octiva, C. S., Haes, P. E., Fajri, T. I., Eldo, H., & Hakim, M. L. (2024). Implementasi Teknologi Informasi pada UMKM: Tantangan dan Peluang. *Jurnal Minfo Polgan, 13(1)*, 815–821. <https://doi.org/10.33395/jmp.v13i1.13823>
- Putri, I., Ilahi, A. A., & Dendi. (2025). Transformasi Digital untuk Mendukung Peningkatan Promosi dan Pemasaran Produk Pelaku UMKM. *Economic and Education Journal (Ecoducation), 7(2)*, 563–577. <https://doi.org/10.33503/ecoducation.v7i2.1486>
- Rachmatsyah, T. H. (n.d.). *Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Teknologi untuk Optimalisasi UMKM sebagai Pilar Utama Ekonomi Indonesia. 164–173.* <https://doi.org/https://doi.org/10.32509/abdimoestopo.v8i1.4733>
- Raudhah Intan, Ferdiana, L. R., & Erwahyudin, D. D. (2024). Peningkatan Daya Saing Melalui Inovasi Kemasan Olahan Singkong. *Pedamas (Pengabdian Kepada Masyarakat), 2(05 SE-ARTICLES)*, 1322–1329.
- Rio Ferdinan Suryadi. (2024). PERAN UMKM DALAM MENDORONG PERTUMBUHAN EKONOMI LOKAL STUDI KASUS DI INDONESIA. *Journal Central Publisher, 1(9)*, 1096–1101. <https://doi.org/10.60145/jcp.v1i9.207>
- Rohmah, N., Ihsanuddin, M., & Rahmawati, P. E. (2023). STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM BERBASIS PEMASARAN DIGITAL DAN EKONOMI KREATIF DI DESA KARANGSONO. *InEJ: Indonesian Engagement Journal, 4(2)*, 85–99. <https://doi.org/10.21154/inej.v4i2.8612>

- Sangaji, I., & Makassar, U. N. (2025). *Peran Budaya Lokal Bugis – Makassar dalam Membangun Mindset Kewirausahaan bagi UMKM Kota Makassar*. 02(02), 105–110.
- Siagian, N. A., Solfema, S., & Putri, L. D. (2025). Upaya Ekonomi Kreatif Dalam Mendorong Pertumbuhan UMKM Di Indonesia. *Jurnal Penelitian Multidisiplin Bangsa*, 1(8), 1581–1587. <https://doi.org/10.59837/jpnmb.v1i8.303>
- Sopiatu, S., Limas, N. N., Sulistiawati, S., & Putri, M. K. (2025). Pengaruh Strategi Pemasaran Digital terhadap Volume Penjualan UMKM pada Toko Batik Fatahillah di Era Digital. *Almufi Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 2(2), 90–96. <https://doi.org/10.63821/ash.v2i2.458>
- Supardi, A., & Wijaya, G. (2023). Meningkatkan Kinerja UMKM Melalui Pendampingan Manajerial. *Jurnal Peradaban Masyarakat*, 3(3), 2023. <https://doi.org/https://doi.org/10.55182/jpm.v3i3.528>
- Tomisa, M. E., & Oktayani, D. (2024). Potensi Komoditas sebagai Peningkatan Ekonomi Desa. *AKSIOMA : Jurnal Sains Ekonomi Dan Edukasi*, 1(4), 428–439. <https://doi.org/10.62335/v2j16c34>
- Ulnang, V. K., Tameno, N., & Bolang, R. T. C. (2025). PENGEMBANGAN USAHA EKONOMI KREATIF BERKELANJUTAN UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN MASYARAKAT DI DAERAH OBJEK WISATA ALAM FATUMNASI KABUPATEN TIMOR TENGAH SELATAN. *GLORY Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 6(4), 1169–1180. <https://doi.org/10.70581/glory.v6i4.23519>
- Ummi Duwila, Fredy Hendry Louhenapessy, Bin Raudha Arif Hanoeboen, Muhammad Ridhwan Assel, & Amin Ramly. (2025). Pemanfaatan Teknologi Untuk Meningkatkan Akses Pasar dan Pemasaran Produk UMKM di Wilayah Perdesaan (Desa Poka, Kecamatan Teluk Ambon, Kota Ambon). *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 3(4), 2974–2980. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v3i4.1007>
- Vendhi Prasmoro, A., & Zulkarnaen, I. (2023). Peningkatan Sumber Daya Manusia Yang Kreatif Dan Inovatif Dalam Berwirausaha. *Prosiding*, 3, 86–93. <https://doi.org/10.59134/prosidng.v3i.342>
- Vera Maria, Tesalonika Situmeang, & Robbi Fito Ardana. (2024). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Serang, Kabupaten Serang. *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, 2(2), 12–36. <https://doi.org/10.47861/sammajiva.v2i2.980>
- Yasmita, I. G. A. L., Ayuk, N. M. T., & Kusmawan, I. M. H. (2025). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM Sektor Perdagangan di Kecamatan Tabanan Kabupaten Tabanan. *Yalamqa*, 19(2), 627–635.