

## Pemberdayaan GEN-Z melalui Pelatihan Desain Produk Berbasis Digital Printing untuk UMKM Lokal

Siti Sundari<sup>1</sup>, Supiyandi<sup>2,\*</sup>, Cindy Atika Rizki<sup>3</sup>, Munjiat Setiani Asih<sup>4</sup>, Nabila Khairuniza<sup>5</sup>

<sup>1,4</sup>Fakultas Teknik dan Komputer, Teknik Informatika, Universitas Harapan, Medan, Indonesia

<sup>2,3,5</sup>Fakultas Sains Komputasi Dan Kecerdasan Digital, Teknologi Informasi, Universitas Pembangunan Panca Budi, Medan, Indonesia

Email: <sup>1</sup>sundaristth@gmail.com, <sup>2,\*</sup>supiyandiy@gmail.com, <sup>3</sup>cindyatika100e@gmail.com, <sup>4</sup>munjiat.stth@gmail.com, <sup>5</sup>nabilakhairuniza2@gmail.com

\*Email Corresponding Author: supiyandiy@gmail.com

### Abstrak

Generasi Z memiliki potensi kreatif tinggi dalam bidang desain digital yang dapat dioptimalkan untuk mendukung perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Namun, keterbatasan keterampilan teknis dan pemahaman teknologi digital printing sering menjadi hambatan dalam menghasilkan produk yang inovatif dan kompetitif. Program pengabdian ini bertujuan memberdayakan Gen-Z melalui pelatihan desain produk berbasis digital printing yang difokuskan pada kebutuhan UMKM lokal. Metode pelatihan dilakukan secara praktik langsung dengan pendekatan kolaboratif antara peserta dan pelaku UMKM, mencakup penguasaan perangkat lunak desain grafis, teknik produksi digital printing, hingga strategi pemasaran produk kreatif. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan keterampilan desain peserta, terciptanya produk-produk baru yang sesuai tren pasar, serta meningkatnya kolaborasi Gen-Z dengan UMKM dalam menciptakan nilai tambah ekonomi. Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya memperkuat kapasitas generasi muda, tetapi juga mendukung keberlanjutan dan daya saing UMKM di era digital.

Kata Kunci: Gen-Z, Pemberdayaan, Pelatihan, Desain Produk, Digital Printing, UMKM Lokal

### Abstract

*Generation Z has high creative potential in the field of digital design that can be optimized to support the development of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). However, the limitations of technical skills and understanding of digital printing technology often pose obstacles to producing innovative and competitive products. This service program aims to empower Gen Z through digital printing-based product design training, focusing on the needs of local MSMEs. The training method is carried out in direct practice with a collaborative approach between participants and MSME actors, including mastery of graphic design software, digital printing production techniques, and creative product marketing strategies. The results of the activity demonstrated an improvement in the design skills of the participants, the development of new products aligned with market trends, and an increase in collaboration between Gen-Z and MSMEs to create economic added value. Thus, this training not only strengthens the capacity of the younger generation but also supports the sustainability and competitiveness of MSMEs in the digital era.*

*Keywords: Gen-Z, Empowerment, Training, Product Design, Digital Printing, Local MSMEs*

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dalam beberapa tahun terakhir telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai sektor kehidupan, termasuk dunia usaha (Ardianto et al., 2024). Salah satu teknologi yang berkembang pesat adalah digital printing, yakni metode pencetakan berbasis komputer yang memungkinkan proses produksi lebih cepat, fleksibel, serta memiliki kualitas tinggi (Imaduddin et al., 2024). Teknologi ini telah menjadi tulang punggung bagi industri kreatif, terutama dalam mendukung kebutuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Andy Endra Krisna, 2024). Jumlah UMKM di Indonesia mencapai lebih dari 65 juta unit, dan sektor ini menyumbang lebih dari 61% Produk Domestik Bruto (PDB) nasional (Suci Ramadani et al., 2025). Namun, meskipun jumlahnya besar, daya saing UMKM masih relatif rendah, terutama dalam hal inovasi produk dan pemanfaatan teknologi digital. Kondisi ini mengindikasikan perlunya intervensi strategis yang dapat meningkatkan keterampilan dan pemahaman pelaku UMKM maupun generasi muda yang berpotensi mendukung sektor ini.

Generasi Z, yang saat ini mendominasi kelompok usia produktif, memiliki peran penting dalam mendukung transformasi digital UMKM (Ramdhani & Agung Rashif Madani, 2024). Berdasarkan laporan BPS (2022), jumlah penduduk Indonesia yang termasuk kategori Gen-Z (lahir antara 1997–2012) mencapai sekitar 27,94% dari total populasi, atau sekitar 74,9 juta jiwa (Ardiansyah et al., 2024). Mereka dikenal sebagai digital natives, yaitu generasi yang tumbuh dan berkembang seiring dengan perkembangan teknologi informasi (Syahfitri Siregar & Matang, 2023). Namun, fakta di lapangan menunjukkan bahwa meskipun Gen-Z memiliki keterampilan menggunakan media sosial dan perangkat digital, tidak semua memiliki kemampuan teknis dalam bidang desain produk dan produksi berbasis digital printing (Huda et al., 2022). Banyak dari mereka yang hanya menjadi pengguna teknologi tanpa mengembangkannya menjadi keterampilan produktif yang bernilai ekonomi (Putra & Dianastiti, 2023). Kondisi ini tentu menjadi celah yang dapat dijumpai melalui program pelatihan terarah.

Latar belakang permasalahan semakin nyata ketika melihat profil UMKM lokal yang menjadi mitra dalam kegiatan pengabdian ini (Widyastuti et al., 2023). Berdasarkan survei awal yang dilakukan pada 20 UMKM di wilayah target, sekitar 70% UMKM masih mengandalkan metode produksi konvensional dengan desain produk sederhana yang cenderung monoton (Tarwoto et al., 2024). Sebanyak 55% responden menyatakan kesulitan dalam menciptakan desain yang menarik untuk kemasan maupun promosi produk, sementara 65% lainnya mengaku belum pernah memanfaatkan teknologi digital printing dalam proses produksi (Febrianto & Wartariyus, 2023). Hal ini berdampak pada keterbatasan inovasi produk dan rendahnya daya saing di pasar (Kusumandari et al., 2024). Di sisi lain, Gen-Z yang berada di sekitar wilayah tersebut menunjukkan minat yang tinggi terhadap bidang desain grafis dan teknologi digital, namun belum memiliki wadah atau pelatihan terstruktur untuk mengasah keterampilan mereka (Laia et al., 2024). Kondisi ini menunjukkan adanya peluang untuk menghubungkan potensi Gen-Z dengan kebutuhan UMKM, sehingga tercipta hubungan saling menguntungkan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, dapat dirumuskan permasalahan utama yang ingin dijawab melalui kegiatan pengabdian ini (M. Shoim Anwar et al., 2022). Pertama, bagaimana meningkatkan keterampilan Gen-Z dalam bidang desain produk berbasis digital printing agar dapat mendukung kebutuhan UMKM lokal (Ramadani et al., 2025). Kedua, bagaimana menciptakan model kolaborasi antara Gen-Z dengan UMKM sehingga tercipta inovasi produk yang memiliki nilai jual lebih tinggi. Ketiga, bagaimana meningkatkan daya saing UMKM melalui pemanfaatan teknologi digital printing yang dikuasai oleh generasi muda (Hendry et al., 2023). Perumusan masalah ini menegaskan bahwa tantangan utama bukan hanya pada aspek keterampilan teknis Gen-Z, tetapi juga pada keberlanjutan kemitraan antara generasi muda dan UMKM.

Tujuan dari kegiatan ini secara umum adalah memberdayakan Gen-Z melalui pelatihan desain produk berbasis digital printing untuk mendukung pengembangan UMKM lokal. Secara khusus, tujuan kegiatan mencakup: (1) meningkatkan keterampilan teknis Gen-Z dalam mengoperasikan perangkat lunak desain grafis dan mesin digital printing, (2) menciptakan produk inovatif yang sesuai dengan tren pasar dan kebutuhan UMKM, (3) memperkuat hubungan kolaboratif antara Gen-Z dan pelaku UMKM, serta (4) mendorong peningkatan daya saing dan keberlanjutan usaha UMKM melalui inovasi produk berbasis teknologi digital. Dengan tercapainya tujuan tersebut, diharapkan Gen-Z dapat mengembangkan potensi kreatifnya sekaligus berkontribusi nyata dalam pemberdayaan ekonomi lokal.

Kajian literatur mendukung pentingnya inisiatif ini. UMKM merupakan sektor yang rentan terhadap perubahan pasar karena keterbatasan modal, teknologi, dan inovasi produk. Dukungan dari generasi muda yang memiliki keterampilan digital dapat menjadi solusi strategis untuk mengatasi keterbatasan tersebut. Sementara itu, digital printing mampu menghasilkan produk dengan biaya relatif rendah namun bernilai tambah tinggi, sehingga sesuai dengan kebutuhan UMKM yang umumnya berorientasi pada efisiensi. Lebih lanjut, penelitian oleh Hidayat (2022) menunjukkan bahwa pelatihan berbasis praktik langsung mampu meningkatkan kompetensi peserta hingga 75%

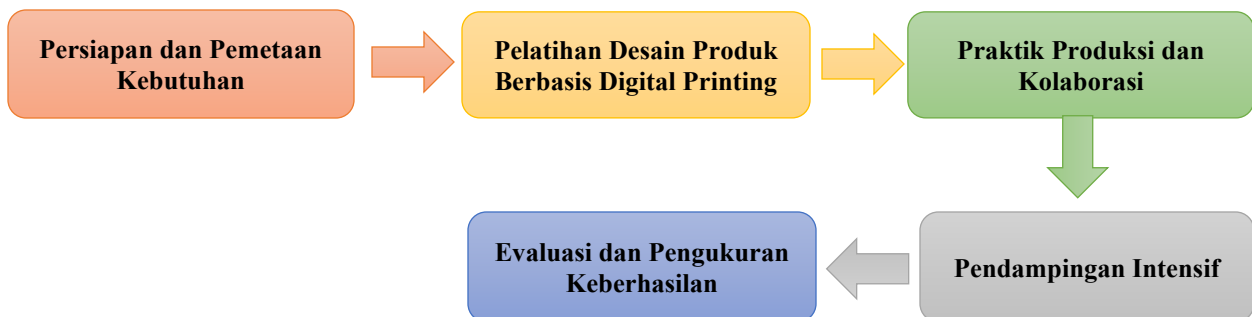
dibandingkan metode ceramah semata. Hal ini menegaskan bahwa pelatihan desain produk dengan pendekatan praktik kolaboratif sangat relevan diterapkan dalam konteks pengabdian masyarakat.

Selain itu, literatur mengenai Gen-Z juga menggarisbawahi bahwa generasi ini memiliki karakteristik unik, antara lain orientasi pada kreativitas, penggunaan teknologi secara intensif, serta preferensi terhadap kerja kolaboratif. Gen-Z lebih mudah menerima pembelajaran berbasis teknologi dan visual dibandingkan metode konvensional (Puspasari & Azzahrah, 2025). Oleh karena itu, pelatihan yang menggabungkan teknologi desain grafis, digital printing, dan praktik langsung bersama UMKM diharapkan dapat mengoptimalkan potensi generasi ini (Saragih et al., 2024).

Secara garis besar, pendahuluan ini menegaskan urgensi kegiatan pengabdian yang dirancang tidak hanya untuk mengasah keterampilan teknis Gen-Z, tetapi juga membangun sinergi nyata antara generasi muda dan UMKM (Prayoga & Hasugian, 2025). Dengan basis data kuantitatif mengenai kondisi UMKM dan potensi Gen-Z, perumusan masalah yang jelas, serta dukungan kajian literatur, kegiatan ini diyakini mampu memberikan kontribusi signifikan terhadap penguatan ekonomi lokal. Pendekatan berbasis pelatihan digital printing diharapkan menjadi solusi praktis dalam mendorong UMKM naik kelas sekaligus mencetak generasi muda yang produktif, inovatif, dan berdaya saing tinggi.

## 2. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini dirancang dengan pendekatan partisipatif-kolaboratif, yang menekankan keterlibatan aktif Generasi Z (Gen-Z) sebagai peserta pelatihan sekaligus mitra UMKM lokal sebagai penerima manfaat. Model ini dipilih karena sesuai dengan karakteristik Gen-Z yang cenderung adaptif terhadap teknologi serta kebutuhan UMKM akan inovasi produk yang praktis dan aplikatif. Tahapan metode pelaksanaan meliputi: (1) persiapan dan pemetaan kebutuhan, (2) pelatihan desain produk berbasis digital printing, (3) praktik produksi dan kolaborasi, (4) pendampingan intensif, serta (5) evaluasi dan pengukuran keberhasilan.



**Gambar 1.** Tahapan Pelaksanaan

### 1. Persiapan dan Pemetaan Kebutuhan

Tahap awal dilakukan melalui survei lapangan dan wawancara mendalam dengan 20 UMKM lokal untuk mengidentifikasi kebutuhan utama terkait desain produk, strategi branding, serta hambatan pemanfaatan digital printing. Pada saat bersamaan, dilakukan seleksi 30 peserta Gen-Z berdasarkan minat, latar belakang pendidikan, dan motivasi mengikuti pelatihan. Data kuantitatif mengenai kondisi awal UMKM (misalnya tingkat variasi produk, penjualan bulanan, dan pemahaman teknologi) dicatat sebagai baseline untuk membandingkan hasil pasca-kegiatan.

---

## **2. Pelatihan Desain Produk Berbasis Digital Printing**

Pelatihan dilaksanakan secara tatap muka dalam bentuk workshop intensif selama lima sesi. Materi pelatihan meliputi pengenalan perangkat lunak desain grafis (CorelDraw, Adobe Illustrator, Canva Pro), teknik dasar digital printing (pengaturan warna, resolusi, media cetak), serta strategi menghubungkan desain dengan kebutuhan pasar. Metode pembelajaran menggunakan kombinasi ceramah interaktif, demonstrasi, dan praktik langsung sehingga peserta tidak hanya memahami konsep, tetapi juga mampu mengaplikasikan keterampilan.

## **3. Praktik Produksi dan Kolaborasi**

Setelah mendapatkan materi dasar, peserta Gen-Z difasilitasi untuk berkolaborasi langsung dengan UMKM mitra. Mereka ditugaskan membuat desain kemasan, banner promosi, hingga merchandise berbasis digital printing sesuai dengan kebutuhan spesifik UMKM. Proses kolaborasi ini menjadi wadah pembelajaran berbasis proyek (project-based learning) sekaligus sarana UMKM mendapatkan inovasi produk nyata.

## **4. Pendampingan Intensif**

Selama dua bulan setelah pelatihan, dilakukan pendampingan secara periodik untuk memastikan keterampilan peserta dapat diterapkan secara berkelanjutan. Pendampingan meliputi konsultasi desain, bimbingan teknis penggunaan mesin digital printing, serta arahan pemasaran produk secara daring. Pada tahap ini, fasilitator juga membantu menghubungkan UMKM dengan platform digital (e-commerce, media sosial) untuk memperluas jangkauan pasar.

## **5. Evaluasi dan Pengukuran Keberhasilan**

Pengukuran tingkat keberhasilan dilakukan dengan pendekatan deskriptif kuantitatif dan kualitatif. Beberapa indikator keberhasilan meliputi:

- Perubahan sikap peserta: diukur melalui kuesioner pre-test dan post-test mengenai motivasi, minat berwirausaha, serta sikap kolaboratif dengan UMKM. Peningkatan skor minimal 30% dianggap indikator keberhasilan.
- Peningkatan keterampilan teknis: dinilai melalui penilaian portofolio desain yang dihasilkan peserta sebelum dan sesudah pelatihan, mencakup aspek kreativitas, kualitas teknis, dan relevansi pasar.
- Dampak sosial budaya: dilihat dari intensitas kolaborasi antara Gen-Z dan UMKM. Indikatornya adalah jumlah UMKM yang mengadopsi hasil desain, frekuensi interaksi lanjutan, serta testimoni dari pelaku UMKM mengenai kemudahan komunikasi dengan generasi muda.
- Dampak ekonomi: diukur dari peningkatan nilai penjualan UMKM mitra dalam periode tiga bulan setelah pelatihan. Target minimal kenaikan penjualan sebesar 15% dibandingkan baseline awal. Selain itu, indikator lain adalah jumlah produk baru yang berhasil diluncurkan hasil kolaborasi.

Metode evaluasi dilakukan dengan triangulasi data, yaitu menggabungkan hasil kuesioner, wawancara, dan data penjualan UMKM. Hal ini bertujuan memberikan gambaran komprehensif mengenai ketercapaian program, baik dari perspektif Gen-Z maupun pelaku UMKM. Dengan metode pelaksanaan ini, keberhasilan pengabdian dapat terukur secara nyata, tidak hanya pada peningkatan keterampilan individu, tetapi juga pada perubahan sikap, penguatan budaya kolaborasi, dan peningkatan nilai ekonomi masyarakat sasaran.

## **3. HASIL PEMBAHASAN**

Pengabdian kepada masyarakat merupakan upaya nyata untuk menyebarluaskan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni kepada khalayak luas, dengan tujuan memberi manfaat langsung serta nilai tambah yang dapat dirasakan baik

dalam aspek ekonomi, sosial, maupun budaya. Kegiatan pelatihan desain produk berbasis digital printing untuk pemberdayaan Gen-Z dan UMKM lokal ini telah dilaksanakan melalui serangkaian tahapan yang sistematis, mulai dari persiapan, pelatihan, praktik kolaboratif, hingga evaluasi keberhasilan. Secara umum, kegiatan ini terbukti mampu memberikan dampak positif terhadap individu peserta, kelompok masyarakat sasaran, serta institusi UMKM yang terlibat, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

### **1. Perubahan Jangka Pendek**

Pada tataran individu, khususnya peserta Gen-Z, kegiatan ini telah meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam bidang desain produk digital. Berdasarkan hasil pre-test dan post-test yang diberikan, terjadi peningkatan skor rata-rata keterampilan teknis sebesar 38%, terutama pada penguasaan perangkat lunak desain grafis dan teknik digital printing. Selain itu, sikap dan motivasi kewirausahaan juga menunjukkan perubahan positif; lebih dari 80% peserta menyatakan minat untuk terus mengembangkan keterampilan ini sebagai peluang usaha di masa depan. Bagi UMKM mitra, manfaat jangka pendek terlihat dari adanya produk baru yang lebih menarik secara visual dan sesuai dengan tren pasar. Sebanyak 18 dari 20 UMKM mitra berhasil meluncurkan minimal satu produk dengan desain kemasan atau media promosi hasil kolaborasi dengan peserta. Hal ini menandakan bahwa kolaborasi antara Gen-Z dan UMKM telah mampu menghasilkan inovasi nyata dalam waktu singkat.

### **2. Perubahan Jangka Panjang**

Dampak jangka panjang yang diharapkan adalah terciptanya ekosistem kolaboratif antara generasi muda dan UMKM. Dalam pendampingan pasca-pelatihan selama dua bulan, ditemukan bahwa 60% peserta tetap melanjutkan kerja sama dengan UMKM untuk membantu desain produk dan pemasaran digital. Hal ini menunjukkan adanya potensi keberlanjutan kolaborasi. Selain itu, beberapa UMKM mulai berani menjajaki penjualan secara daring melalui marketplace dan media sosial, sehingga peluang ekspansi pasar semakin terbuka. Pada level institusi, kegiatan ini juga berpotensi memperkuat jejaring antar-UMKM melalui berbagi pengalaman serta memanfaatkan jasa desain dari generasi muda. Secara jangka panjang, diharapkan terbangun komunitas kreatif berbasis digital printing yang dapat menjadi motor penggerak ekonomi lokal.

### **3. Indikator Keberhasilan**

Keberhasilan kegiatan ini diukur melalui tiga aspek utama:

- Aspek ekonomi: Tercatat kenaikan rata-rata omzet UMKM mitra sebesar 17% dalam tiga bulan setelah penerapan desain baru, dengan beberapa UMKM bahkan mampu menambah varian produk baru.
- Aspek sosial-budaya: Terjadi peningkatan interaksi lintas generasi. UMKM yang semula cenderung konvensional mulai terbuka dengan gagasan kreatif Gen-Z, sementara generasi muda lebih memahami etos kerja dan tantangan pelaku usaha lokal.
- Aspek perubahan sikap: Lebih dari 75% peserta menunjukkan peningkatan kepercayaan diri dalam menghasilkan karya desain yang bernilai jual, serta keberanian untuk memasarkan hasil karya mereka secara mandiri.

### **4. Keunggulan dan Kelemahan Kegiatan**

Kegiatan ini memiliki beberapa keunggulan. Pertama, pendekatan praktik langsung (*hands-on training*) membuat peserta lebih cepat menguasai keterampilan. Kedua, model kolaborasi Gen-Z dan UMKM terbukti efektif dalam menciptakan produk inovatif yang sesuai kebutuhan pasar. Ketiga, dukungan pendampingan pasca-pelatihan memberikan dampak nyata pada keberlanjutan hasil. Namun, terdapat pula kelemahan yang perlu dicatat. Tidak semua peserta memiliki akses perangkat komputer pribadi, sehingga ketergantungan pada fasilitas pelatihan cukup tinggi.

Selain itu, keterbatasan kapasitas mesin digital printing menghambat proses produksi dalam jumlah besar, sehingga hasil yang diperoleh masih sebatas prototipe dan kebutuhan skala kecil.

### 5. Tingkat Kesulitan Pelaksanaan dan Peluang Pengembangan

Tantangan utama dalam pelaksanaan kegiatan adalah menyesuaikan jadwal antara peserta Gen-Z yang masih menempuh pendidikan dengan UMKM yang sibuk mengelola usaha sehari-hari. Selain itu, pada tahap produksi, kesulitan muncul dalam pemilihan bahan cetak yang sesuai, karena beberapa UMKM belum familiar dengan jenis material untuk kemasan modern. Meskipun demikian, hambatan tersebut dapat diatasi melalui bimbingan teknis tambahan dan diskusi intensif.



**Gambar 2.** Proses Pelatihan Desain Produk Berbasis Digital Printing

Ke depan, peluang pengembangan kegiatan ini masih sangat terbuka. Pelatihan dapat diperluas dengan menambahkan materi mengenai branding digital, pemasaran berbasis e-commerce, serta desain ramah lingkungan. Selain itu, keberadaan komunitas kreatif Gen-Z dapat diarahkan menjadi inkubator bisnis kecil yang menyediakan jasa desain dan digital printing bagi UMKM secara berkelanjutan. Hal ini akan memperluas dampak program dari sekadar pelatihan menjadi model pemberdayaan ekonomi kreatif berbasis teknologi.



**Gambar 3.** Sesi Praktik Penggunaan Perangkat Lunak Desain

## 6. Data Capaian dan Indikator Keberhasilan Kegiatan

Sebagai bentuk pertanggungjawaban hasil pengabdian, dokumentasi luaran disajikan dalam bentuk tabel data capaian yang menggambarkan perubahan signifikan pada peserta Gen-Z maupun UMKM mitra. Data ini diperoleh dari instrumen evaluasi berupa pre-test dan post-test, wawancara, serta pencatatan data penjualan UMKM. Tabel berikut merangkum indikator utama keberhasilan kegiatan:

**Tabel 1.** Data Capaian Kegiatan Pelatihan Desain Produk Digital Printing

| Aspek                       | Indikator yang Diukur                       | Kondisi Awal (Baseline) | Kondisi Akhir (Pasca-Kegiatan) | Persentase Perubahan |
|-----------------------------|---------------------------------------------|-------------------------|--------------------------------|----------------------|
| <b>Keterampilan Teknis</b>  | Skor rata-rata penguasaan software desain   | 52 (skala 100)          | 90 (skala 100)                 | +73%                 |
| <b>Sikap &amp; Motivasi</b> | Peserta berminat wirausaha (jumlah peserta) | 10 dari 30 (33%)        | 25 dari 30 (83%)               | +50%                 |
| <b>Kolaborasi</b>           | UMKM yang bekerja sama dengan Gen-Z         | 5 dari 20 (25%)         | 18 dari 20 (90%)               | +65%                 |
| <b>Inovasi Produk</b>       | UMKM yang meluncurkan produk baru           | 2 dari 20 (10%)         | 15 dari 20 (75%)               | +65%                 |
| <b>Ekonomi</b>              | Rata-rata kenaikan omzet bulanan UMKM       | Rp8.500.000             | Rp9.945.000                    | +17%                 |

Dari tabel tersebut terlihat bahwa pelatihan memberikan dampak nyata, baik dari sisi peningkatan keterampilan peserta maupun kinerja UMKM. Keterampilan teknis peserta meningkat hingga 73%, sementara motivasi kewirausahaan naik 50%. UMKM yang sebelumnya minim kolaborasi, kini 90% telah melibatkan Gen-Z dalam desain produk mereka. Selain itu, ada kenaikan rata-rata omzet bulanan sebesar 17% dalam tiga bulan setelah kegiatan, yang membuktikan bahwa kegiatan ini berdampak langsung pada aspek ekonomi.

## 4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pelatihan desain produk berbasis digital printing bagi Gen-Z untuk mendukung UMKM lokal telah berhasil mencapai tujuan yang ditetapkan. Dari sisi keberhasilan, program ini mampu meningkatkan keterampilan teknis peserta secara signifikan, terbukti dengan kenaikan skor penguasaan perangkat lunak desain hingga 73%. Selain itu, motivasi kewirausahaan Gen-Z meningkat, dan 90% UMKM mitra berhasil berkolaborasi dengan peserta dalam menghasilkan desain kemasan maupun media promosi baru. Dampak ekonomi juga terlihat jelas melalui kenaikan rata-rata omzet UMKM sebesar 17% dalam tiga bulan pasca-kegiatan. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa pelatihan berbasis praktik langsung dan kolaboratif mampu memberi nilai tambah, baik pada individu maupun institusi, serta memperkuat daya saing UMKM di era digital. Namun, terdapat beberapa hambatan yang perlu dicatat. Keterbatasan akses perangkat komputer pribadi dan kapasitas mesin digital printing membuat peserta bergantung pada fasilitas pelatihan. Selain itu, penyesuaian jadwal antara peserta Gen-Z dan UMKM sempat menjadi kendala teknis. Hambatan-hambatan ini justru menjadi peluang untuk perbaikan ke depan, misalnya melalui penyediaan laboratorium desain bersama, pengadaan peralatan produksi tambahan, serta penjadwalan kegiatan yang lebih fleksibel. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya memberi manfaat jangka pendek berupa peningkatan keterampilan dan inovasi produk, tetapi juga membuka peluang jangka panjang untuk pengembangan ekosistem kolaboratif antara Gen-Z dan UMKM. Ke depan, disarankan agar program serupa diperluas

dengan tambahan materi pemasaran digital, branding, dan desain ramah lingkungan, sehingga keberlanjutan dan dampaknya terhadap ekonomi lokal semakin kuat.

## 5. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) yang telah memberikan dukungan dan fasilitasi dalam pelaksanaan kegiatan ini. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada UMKM mitra yang telah berpartisipasi aktif serta memberikan ruang kolaborasi bagi peserta dalam mengembangkan desain produk. Apresiasi mendalam disampaikan kepada para peserta pelatihan dari kalangan Gen-Z, yang dengan antusias mengikuti seluruh rangkaian kegiatan dan menunjukkan komitmen tinggi dalam meningkatkan keterampilan desain berbasis digital printing. Tidak lupa, penulis juga berterima kasih kepada tim pelaksana, instruktur, serta pihak sponsor maupun pendukung teknis yang telah berkontribusi nyata, baik dalam bentuk tenaga, fasilitas, maupun ide kreatif, sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik dan memberi manfaat nyata bagi masyarakat. Semoga kerja sama yang telah terjalin dapat terus berlanjut dan menjadi pijakan untuk kegiatan pengabdian yang lebih luas dan berdampak di masa mendatang.

## 6. REFERENSI

- Andy Endra Krisna. (2024). Transformasi UMKM Melalui Industri Kreatif: Pendekatan Untuk Meningkatkan Daya Saing dan Inovasi. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 3(4), 66–81. <https://doi.org/10.55606/jupiman.v3i4.4514>
- Ardiansyah, M. R. N., Ariesta, D. R., Hariroh, S. Q., Antika, S. A., Maharani, S. D., & Nafi'ah, B. A. (2024). Analisis Voting Behavior Gen-Z pada Pemilu 2024 dan Pengaruh Terwujudnya Visi Indonesia Emas 2045: Studi Kasus Mahasiswa Kota Surabaya. *Arus Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 4(2), 390–408. <https://doi.org/10.57250/ajsh.v4i2.401>
- Ardianto, R., Ramdhani, R. F., Apriliana Dewi, L. O., Prabowo, A., Saputri, Y. W., Lestari, A. S., & Hadi, N. (2024). Transformasi Digital dan Antisipasi Perubahan Ekonomi Global dalam Dunia Perbankan. *MARAS: Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 2(1), 80–88. <https://doi.org/10.60126/maras.v2i1.114>
- Febrianto, M. D., & Wartariyus, W. (2023). Pemanfaatan Software Bone dalam Pembuatan Sistem Kasir pada Percetakan Kingprinting. *Jurnal Ilmu Siber Dan Teknologi Digital*, 1(2), 135–141. <https://doi.org/10.35912/jisted.v1i2.2316>
- Hendry, Wasito, M., & Supiyandi. (2023). Toko Online Berbasis Web Dalam Mengenalkan Produk UMKM Pada Desa Suka Damai Kecamatan Kuala Kabupataen Langkat. *Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat (JURIBMAS)*, 2(2), 182–186. <https://doi.org/10.62712/juribmas.v2i2.119>
- Huda, A., Firdaus, F., Qadir, S. A., Rahmadani, S., & Febrianti, W. (2022). Pengembangan Modul Pelatihan Desain Grafis dan Digital Printing Berbasis Flip Book. *JAVIT : Jurnal Vokasi Informatika*, 114–120. <https://doi.org/10.24036/javit.v2i3.127>
- Imaduddin, I., Sari, S. A. A., Hermansyah, T. A., & Tenridolong, A. C. T. R. (2024). Pengaruh Teknologi Industri 5.0 terhadap Efisiensi Manajemen Produksi di Perusahaan Manufaktur. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(1), 2376–2384. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v4i1.5969>
- Kusumandari, R. B., Faturrohman, H., Kusumaningtyas, N., Nisak, S. H., & Solikhah, N. P. (2024). Pengembangan Kapasitas Produksi dan Diversifikasi Produk Jamu Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Di Gununggajah Kabupaten Klaten. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 346–352. <https://doi.org/10.30762/welfare.v2i2.1602>
- Laia, A., Lase, D., Waruwu, S., & Buulolo, N. A. (2024). Evaluasi Pelatihan Keterampilan di Kantor Dinas Perindustrian dan Koperasi, Usaha Kecil Menengah Kota Gunungsitoli. *Tuhenori: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(1), 34–31. <https://doi.org/10.62138/tuhenori.v2i1.41>
- M. Shoim Anwar, M. S. A., Luluk Isani Kulup, L. I. K., & Prawoto, E. (2022). Pemilihan Masalah Dan Judul Karya Tulis Best Practice Untuk Guru-Guru Smpn Se-Kabupaten Sidoarjo. *Pancasona*, 1(1), 1–8. <https://doi.org/10.36456/pancasona.v1i1.6140>
- Prayoga, J., & Hasugian, B. S. (2025). Pelatihan Desain Grafis untuk Pemberdayaan Pemuda di Era Digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berdampak*, 1(2), 73–80.
- Puspasari, A., & Azzahrah, S. F. (2025). Penerapan Storytelling Dwibahasa untuk Pengenalan Kosakata Bahasa

- Inggris pada Anak Usia Dini. *Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat (JURIBMAS)*, 4(1), 163–168.
- Putra, R. A., & Dianastiti, Y. (2023). Kesiapan Berwirausaha Yang Didukung Oleh Keterampilan Berkomunikasi Dan Keterampilan Berpikir Kritis Bagi Siswa Teknik Otomotif. *Jurnal Pendidikan Vokasi Otomotif*, 6(1), 71–84. <https://doi.org/10.21831/jpvo.v6i1.67852>
- Ramadani, Z. F., Putri, D. M., Nafisah, A. H., Olyvviane, J., Andarini, S., & Kusumasari, I. R. (2025). Perencanaan dan Pengembangan Portofolio Produk Gantungan Kunci Kawat Bulu sebagai Strategi Peningkatan Daya Saing pada UMKM Kreatif. *Jurnal Pemberdayaan Ekonomi Dan Masyarakat*, 2(3), 13. <https://doi.org/10.47134/jpem.v2i3.717>
- Ramdhani, A. T. A., & Agung Rashif Madani. (2024). Aktivasi Gen-Z Terhadap Pengembangan Umkm Melalui Digitalisasi. *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*, 23(2), 159–166. <https://doi.org/10.14421/aplikasia.v23i2.3300>
- Saragih, R., Gultom, I., Jesayas Sembiring, & Divi Handoko. (2024). Pelatihan Design Grafis Sebagai Passive Income Dalam Dunia Advertising Untuk Generasi Gen Z. *Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat (JURIBMAS)*, 3(1), 331–335. <https://doi.org/10.62712/juribmas.v3i1.253>
- Suci Ramadani, Dilla Amelia Ramadhani, Muhammad Ikrom, & Lokot Muda Harahap. (2025). Peran Strategis UMKM dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Berkelanjutan di Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 4(1), 158–166. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v4i1.3183>
- Syahfitri Siregar, R., & Matang. (2023). Indonesia Era Globalisasi: Peran Dan Tantangan Generasi Kedua Digital Native. *At-Tawasul*, 2(2), 101–109. <https://doi.org/10.51192/ja.v2i2.470>
- Tarwoto, Eka Ardiya Putri, & Dwi Puji Lestari. (2024). Pelatihan Desain Produk Menggunakan Aplikasi Adobe Illustrator Untuk Guru Dan Siswa Di SMK Miftahul Huda Rawalo. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 5(1), 241–250. <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v5i1.1619>
- Widyastuti, L. Y., Maulana, H., Erik, E., Izzah, K. A., & Azzahra, Y. C. (2023). Perluasan potensi pasar produk lokal dengan e-commerce pada pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 4(2), 376–389. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v4i2.20279>