

## Pelatihan Desain Kemasan Produk Berbasis Digital Printing untuk UMKM Lokal Kepada GEN-Z

Rismayanti<sup>1,\*</sup>, Leni Marlina<sup>2</sup>, Eka Putra<sup>3</sup>, Chairul rizal<sup>4</sup>, Khairunnisa<sup>5</sup>

<sup>1,5</sup>Fakultas Teknik, Teknik Informatika, Universitas Harapan Medan, Medan, Indonesia

<sup>2</sup>Fakultas Sains Komputasi dan Kecerdasan Digital, Sistem Komputer, Universitas Pembangunan Panca Budi, Medan, Indonesia

<sup>3,4</sup>Fakultas Sains Komputasi dan Kecerdasan Digital, Sistem Informasi, Universitas Pembangunan Panca Budi, Medan, Indonesia

Email: <sup>1,\*</sup>[risma.stth@gmail.com](mailto:risma.stth@gmail.com), <sup>2</sup>[lenimarlina@pancabudi.ac.id](mailto:lenimarlina@pancabudi.ac.id), <sup>3</sup>[ekaputra@dosen.pancabudi.ac.id](mailto:ekaputra@dosen.pancabudi.ac.id),

<sup>4</sup>[chairulrizal@dosen.pancabudi.ac.id](mailto:chairulrizal@dosen.pancabudi.ac.id), <sup>5</sup>[khairunnisajv2@gmail.com](mailto:khairunnisajv2@gmail.com)

\*Email Corresponding Author: [risma.stth@gmail.com](mailto:risma.stth@gmail.com)

### Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan generasi muda, khususnya Gen-Z, dalam mendukung pengembangan produk UMKM lokal melalui pelatihan desain berbasis digital printing. Seiring dengan meningkatnya kebutuhan inovasi dan kreativitas dalam industri kreatif, digital printing menjadi salah satu solusi yang mampu menghasilkan produk dengan nilai tambah tinggi, seperti merchandise, kemasan, dan media promosi. Metode pelatihan dilakukan melalui pendekatan partisipatif dengan tahapan sosialisasi, pemberian materi, praktik langsung desain menggunakan perangkat lunak grafis populer, seperti Adobe Photoshop dan CorelDRAW, serta simulasi proses cetak digital. Peserta pelatihan terdiri dari pelaku UMKM muda serta komunitas Gen-Z yang berfokus pada pengembangan usaha kreatif. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta dalam merancang desain produk yang sesuai kebutuhan pasar, serta tumbuhnya motivasi untuk berwirausaha berbasis teknologi digital. Dengan demikian, program ini berkontribusi pada peningkatan daya saing UMKM lokal dan membekali Gen-Z dengan kompetensi kreatif yang relevan dengan era digital.

Kata Kunci: pelatihan, desain produk, digital printing, Photoshop, CorelDRAW, UMKM, Gen-Z.

### Abstract

*This community service activity aims to enhance the skills of the younger generation, particularly Gen-Z, in supporting the development of local MSME products through digital printing design training. As the need for innovation and creativity in the creative industry increases, digital printing has become one of the solutions capable of producing high-value-added products such as merchandise, packaging, and promotional materials. The training method is conducted through a participatory approach with stages of socialization, material delivery, hands-on design practice using popular graphic software such as Adobe Photoshop and CorelDRAW, and simulation of the digital printing process. The training participants consisted of young MSME entrepreneurs and Gen-Z communities focused on creative business development. The results of the activity show an increase in participants' understanding and skills in designing product designs that meet market needs, as well as a growing motivation for digital technology-based entrepreneurship. Thus, this program contributes to enhancing the competitiveness of local MSMEs and equips Gen-Z with creative competencies relevant to the digital era.*

*Keywords: training, product design, digital printing, Photoshop, CorelDRAW, MSMEs, Gen-Z.*

## 1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam menggerakkan perekonomian nasional (Janah & Tampubolon, 2024). Kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan serapan tenaga kerja di Indonesia sangat signifikan, sehingga keberadaannya menjadi salah satu penopang utama kestabilan ekonomi (Mustari, 2024). Namun, di tengah perkembangan zaman yang semakin kompetitif, UMKM menghadapi tantangan besar, terutama dalam aspek inovasi, branding, dan pemasaran produk (Andy Endra Krisna, 2024). Salah

---

satu permasalahan yang sering ditemui adalah keterbatasan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam hal desain produk yang menarik serta penggunaan teknologi modern untuk meningkatkan nilai jual produk.

Seiring dengan masuknya era digital, kebutuhan terhadap produk dengan tampilan visual yang kreatif semakin tinggi. Konsumen tidak hanya menilai sebuah produk dari fungsi semata, melainkan juga dari sisi estetika, kemasan, dan nilai tambah yang ditawarkan. Oleh karena itu, desain produk menjadi salah satu faktor kunci untuk meningkatkan daya saing UMKM. Salah satu teknologi yang mampu mendukung hal tersebut adalah digital printing, yaitu teknik pencetakan yang memungkinkan hasil desain diaplikasikan secara cepat, fleksibel, dan berkualitas tinggi pada berbagai media, seperti kaos, mug, tas, kemasan, hingga merchandise promosi. Di sisi lain, generasi muda yang sering disebut sebagai Generasi Z (Gen-Z) merupakan kelompok masyarakat yang sangat akrab dengan teknologi digital. Gen-Z memiliki karakteristik yang berbeda dengan generasi sebelumnya; mereka cenderung lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi, kreatif, serta memiliki keterampilan dalam mengakses informasi dan media sosial. Potensi besar yang dimiliki Gen-Z dapat diarahkan untuk mendukung UMKM lokal melalui keterlibatan mereka dalam proses desain produk berbasis digital printing (Hasanuddin et al., 2024). Keterampilan desain grafis yang dikuasai oleh Gen-Z dapat membantu UMKM menghadirkan produk yang lebih inovatif dan sesuai dengan selera pasar masa kini.

Namun demikian, tidak semua Gen-Z memiliki pengalaman dan keterampilan teknis yang memadai dalam bidang desain grafis (Saragih et al., 2024). Banyak di antara mereka yang hanya memanfaatkan aplikasi sederhana pada gawai tanpa memahami penggunaan perangkat lunak profesional yang biasa digunakan dalam industri kreatif. Oleh sebab itu, diperlukan sebuah pelatihan yang tidak hanya memberikan pengetahuan dasar mengenai desain produk, tetapi juga keterampilan praktis dalam mengoperasikan perangkat lunak desain grafis profesional, seperti Adobe Photoshop dan CorelDRAW. Kedua aplikasi tersebut merupakan perangkat utama yang umum digunakan dalam dunia desain grafis dan digital printing. Photoshop dikenal unggul dalam pengolahan gambar berbasis raster, manipulasi foto, serta pembuatan desain kreatif dengan efek visual yang kompleks. Sementara itu, CorelDRAW lebih banyak digunakan untuk desain berbasis vektor, seperti pembuatan logo, ilustrasi, dan layout produk yang membutuhkan ketelitian detail. Melalui pelatihan ini, peserta akan dibekali dengan keterampilan dalam mendesain produk yang sesuai kebutuhan UMKM, mulai dari tahap perencanaan konsep, pembuatan desain di Photoshop dan CorelDRAW, hingga penerapannya dalam media digital printing (Gustiana et al., 2024). Pendekatan yang digunakan dalam pelatihan ini bersifat partisipatif, yaitu melibatkan peserta secara aktif dalam setiap tahapan pembelajaran. Metode yang diterapkan meliputi pemaparan teori, demonstrasi penggunaan perangkat lunak, latihan praktik, hingga simulasi proses pencetakan dengan mesin digital printing. Dengan demikian, peserta tidak hanya memahami teori, tetapi juga mampu menerapkan keterampilan secara langsung dalam menghasilkan desain produk yang siap digunakan oleh UMKM (Wedhasari et al., 2025).

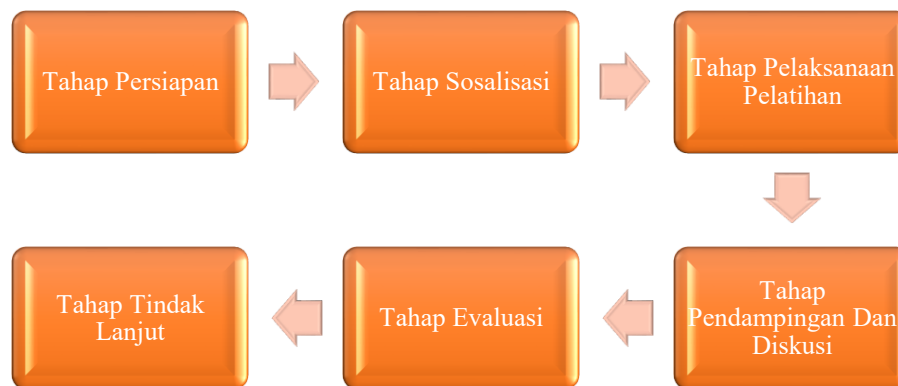
Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berangkat dari kebutuhan untuk menjembatani gap antara keterampilan digital yang dimiliki Gen-Z dengan kebutuhan nyata UMKM di lapangan (Firdausiah, 2024). Selama ini, banyak UMKM lokal yang mengalami keterbatasan dalam menghasilkan desain produk yang menarik, padahal produk tersebut memiliki potensi pasar yang besar (Maryam et al., 2025). Dengan melibatkan Gen-Z, diharapkan terjadi kolaborasi saling menguntungkan: UMKM mendapatkan dukungan desain berkualitas, sementara Gen-Z memperoleh pengalaman, keterampilan, dan bahkan peluang untuk mengembangkan usaha mandiri di bidang desain dan percetakan digital (Fachri et al., 2024). Selain itu, pelatihan ini juga bertujuan untuk membangun kesadaran bagi Gen-Z mengenai pentingnya peran mereka dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal (Firdausiah, 2024). Melalui keterampilan desain grafis yang mereka kuasai, Gen-Z dapat menjadi motor penggerak inovasi produk UMKM sekaligus mendorong semangat kewirausahaan di kalangan anak muda. Hal ini sejalan dengan tren perkembangan industri kreatif yang semakin berkembang di Indonesia, di mana kreativitas dan teknologi menjadi faktor penentu daya saing di pasar global.

Pelatihan desain produk berbasis digital printing juga relevan dengan kondisi sosial-ekonomi saat ini, di mana banyak UMKM berusaha bangkit pasca pandemi. Salah satu strategi yang dapat ditempuh adalah meningkatkan

kualitas desain dan kemasan produk untuk menarik minat konsumen baru (Sutantri & Syawahidul Haq, 2023). Desain yang menarik dan inovatif tidak hanya mempercantik produk, tetapi juga berfungsi sebagai media komunikasi visual yang mampu menyampaikan identitas merek (branding) kepada konsumen. Dengan memanfaatkan keahlian Gen-Z dalam Photoshop dan CorelDRAW, UMKM dapat menciptakan citra produk yang lebih profesional dan kompetitif (Cynthia et al., 2025). Diharapkan, kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat memberikan manfaat jangka panjang, baik bagi peserta pelatihan maupun UMKM lokal (Tohari et al., 2025). Bagi peserta, pelatihan ini membuka peluang untuk meningkatkan kompetensi di bidang desain grafis dan digital printing, yang nantinya dapat dijadikan modal untuk berkarier atau berwirausaha (Kirana et al., 2024). Sementara itu, bagi UMKM, pelatihan ini membantu meningkatkan kualitas produk, memperluas jaringan pasar, serta memperkuat daya saing di era digital (Roqyah et al., 2025). Dengan demikian, sinergi antara UMKM lokal dan Gen-Z melalui pelatihan desain produk berbasis digital printing akan memberikan dampak positif bagi pengembangan ekonomi kreatif di tingkat lokal maupun nasional.

## 2. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dirancang secara partisipatif dan aplikatif, agar peserta pelatihan, khususnya Gen-Z dan pelaku UMKM lokal, dapat memperoleh keterampilan yang relevan serta langsung dapat diterapkan dalam dunia usaha. Kegiatan dilaksanakan melalui beberapa tahapan yang sistematis, yaitu:



**Gambar 1.** Tahap Pelaksanaan

### a. Tahap Persiapan

Tahap ini meliputi perencanaan kegiatan, koordinasi dengan mitra UMKM, serta identifikasi kebutuhan pelatihan. Beberapa langkah yang dilakukan antara lain:

1. Survei awal untuk memetakan permasalahan UMKM dalam aspek desain produk dan kebutuhan keterampilan digital printing.
2. Koordinasi dengan komunitas Gen-Z dan pelaku UMKM lokal guna menentukan jumlah peserta, lokasi kegiatan, serta fasilitas yang diperlukan.
3. Penyusunan modul pelatihan yang mencakup materi dasar desain grafis, penggunaan perangkat lunak Adobe Photoshop dan CorelDRAW, serta pengenalan teknologi digital printing.

### b. Tahap Sosialisasi

Sosialisasi dilakukan untuk memperkenalkan tujuan, manfaat, dan teknis pelaksanaan kegiatan. Pada tahap ini, tim pelaksana menjelaskan pentingnya desain produk dalam meningkatkan daya saing UMKM serta peran Gen-Z sebagai agen kreatif dan inovatif dalam mendukung UMKM lokal.

### c. Tahap Pelaksanaan Pelatihan

Pelatihan dilaksanakan dengan metode ceramah, demonstrasi, praktik langsung, dan pendampingan. Adapun rincian kegiatan meliputi:

1. Pemaparan materi dasar desain grafis: pengenalan elemen desain, prinsip tata letak, pemilihan warna, tipografi, dan konsep branding.

2. Pelatihan penggunaan perangkat lunak:  
Adobe Photoshop: pengolahan foto, manipulasi gambar, pembuatan mock-up produk, serta penerapan efek visual. CorelDRAW: pembuatan desain berbasis vektor, seperti logo, ilustrasi, dan layout produk.
  3. Praktik desain produk untuk UMKM: peserta diarahkan untuk membuat desain sesuai kebutuhan nyata, seperti desain kemasan, label, kaos, tas, dan merchandise promosi.
  4. Simulasi digital printing: hasil desain peserta dicetak menggunakan mesin digital printing untuk memberikan pengalaman langsung mengenai proses produksi.
- d. Tahap Pendampingan dan Diskusi  
Setelah sesi pelatihan, peserta diberikan kesempatan untuk berkonsultasi mengenai desain yang telah dibuat. Tim pelaksana mendampingi peserta dalam memperbaiki desain, menyesuaikan dengan kebutuhan pasar, serta memberikan tips praktis untuk menghasilkan produk yang siap dipasarkan.
- e. Tahap Evaluasi  
Evaluasi dilakukan untuk menilai keberhasilan kegiatan dan tingkat pemahaman peserta. Evaluasi meliputi:
1. Pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pengetahuan peserta mengenai desain grafis dan digital printing.
  2. Penilaian hasil karya peserta, berupa desain produk yang telah dibuat dengan Photoshop dan CorelDRAW.
  3. Kuesioner kepuasan peserta, untuk mengetahui sejauh mana materi dan metode pelatihan sesuai dengan kebutuhan mereka.
- f. Tahap Tindak Lanjut  
Sebagai tindak lanjut, peserta didorong untuk:
1. Mengaplikasikan keterampilan yang diperoleh dalam pengembangan produk UMKM.
  2. Membentuk komunitas kreatif Gen-Z dan UMKM lokal, sebagai wadah kolaborasi dalam bidang desain dan produksi berbasis digital printing.
  3. Mengikuti program pendampingan lanjutan secara daring, berupa konsultasi desain maupun pelatihan tambahan yang disediakan oleh tim pelaksana.

Dengan metode pelaksanaan yang terstruktur, kegiatan pelatihan ini diharapkan mampu meningkatkan keterampilan Gen-Z dalam bidang desain grafis menggunakan Photoshop dan CorelDRAW, sekaligus memberikan dampak positif bagi pengembangan produk UMKM lokal melalui pemanfaatan teknologi digital printing.

### 3. HASIL PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan desain produk berbasis digital printing yang dilaksanakan bersama peserta dari kalangan Gen-Z dan pelaku UMKM lokal telah berjalan dengan baik sesuai rencana. Peserta menunjukkan antusiasme tinggi, terutama karena materi pelatihan bersifat aplikatif dan relevan dengan kebutuhan usaha kreatif di era digital.

#### 3.1. Profil Peserta

Peserta yang mengikuti pelatihan terdiri dari 15 orang, dengan komposisi sebagai berikut:

- a. 9 orang berasal dari kalangan pelajar/mahasiswa Gen-Z yang memiliki minat dalam desain grafis.
- b. 6 orang merupakan pelaku UMKM muda yang ingin meningkatkan kualitas produk mereka.

Tabel berikut menunjukkan data ringkas mengenai latar belakang peserta:

**Tabel 1.** Data Ringkas Peserta

Kategori Peserta	Jumlah Peserta	Persentase
------------------	----------------	------------

Pelajar/Mahasiswa Gen-Z	9	60%
Pelaku UMKM Muda	6	40%
Total	15	100%

### 3.2. Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan

Untuk menilai efektivitas pelatihan, dilakukan pre-test dan post-test. Hasilnya menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada pemahaman dan keterampilan peserta dalam penggunaan aplikasi Photoshop dan CorelDRAW, serta pemahaman mengenai proses digital printing.

Tabel 2. Pemahaman Peserta Terhadap Digital Printing

Aspek yang Dinilai	Rata-rata Nilai		Peningkatan
	Pre-test	Post-test	
Pemahaman konsep desain produk	56	85	+29
Keterampilan penggunaan Photoshop	52	82	+30
Keterampilan penggunaan CorelDRAW	50	80	+30
Pemahaman alur kerja digital printing	53	84	+31
Rata-rata keseluruhan	52,75	82,75	+30

Dari tabel tersebut terlihat adanya peningkatan rata-rata sebesar 30 poin, yang menunjukkan bahwa pelatihan berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta secara signifikan.

### 3.3. Hasil Karya Peserta

Peserta berhasil menghasilkan berbagai desain produk yang dapat langsung diaplikasikan pada media digital printing. Beberapa contoh hasil karya yang dibuat antara lain.

- Desain kemasan makanan dengan layout modern menggunakan CorelDRAW.
- Desain kaos dan totebag dengan manipulasi foto menggunakan Photoshop.
- Desain logo UMKM baru yang siap digunakan sebagai identitas branding.
- Desain media promosi sederhana seperti poster dan banner digital.



Gambar 2. Desain Poster Makanan

Hasil karya tersebut menunjukkan bahwa peserta tidak hanya memahami teori, tetapi juga mampu menghasilkan produk desain yang kreatif dan sesuai kebutuhan UMKM.

### 3.4. Dampak bagi UMKM dan Gen-Z

Pelatihan ini memberikan dampak positif bagi dua pihak:

- a. Bagi UMKM, mereka mendapatkan referensi desain baru yang lebih menarik dan modern untuk meningkatkan citra produk. Beberapa UMKM bahkan langsung mencoba mengaplikasikan desain yang dihasilkan peserta ke dalam kemasan produk mereka.
- b. Bagi Gen-Z, pelatihan ini menjadi sarana untuk mengasah keterampilan desain grafis menggunakan perangkat lunak profesional. Selain itu, mereka juga termotivasi untuk menjadikan keahlian ini sebagai peluang usaha baru, baik dalam bentuk jasa desain maupun bisnis digital printing mandiri.

### 3.5. Pembahasan

Hasil pelatihan menunjukkan bahwa integrasi antara Gen-Z dan UMKM lokal melalui penguasaan teknologi digital printing dapat menjadi strategi efektif dalam meningkatkan daya saing produk lokal. Gen-Z yang dikenal adaptif terhadap teknologi dapat memberikan kontribusi nyata dalam menciptakan inovasi desain produk. Sementara itu, UMKM memperoleh manfaat berupa peningkatan kualitas visual produk yang berdampak langsung pada pemasaran dan branding.

Keberhasilan pelatihan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa keterampilan digital, khususnya desain grafis dan branding, merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing UMKM di era ekonomi kreatif. Dengan menguasai perangkat lunak seperti Photoshop dan CorelDRAW, peserta dapat menghasilkan desain yang tidak hanya estetis, tetapi juga fungsional dalam mendukung strategi pemasaran produk.

## 4. KESIMPULAN

Kegiatan Pelatihan Desain Produk Berbasis Digital Printing untuk UMKM Lokal kepada Gen-Z berhasil meningkatkan keterampilan peserta dalam desain grafis menggunakan Adobe Photoshop dan CorelDRAW, serta pemahaman mengenai proses digital printing. Dari total 15 peserta yang terdiri dari 9 mahasiswa/pelajar Gen-Z dan 6 pelaku UMKM muda, terlihat peningkatan signifikan dalam pengetahuan dan keterampilan dengan rata-rata kenaikan nilai sebesar 30 poin. Peserta mampu menghasilkan berbagai karya desain, seperti kemasan, logo, merchandise, dan media promosi, yang dapat langsung dimanfaatkan oleh UMKM untuk memperkuat branding produk. Secara keseluruhan, pelatihan ini efektif dalam membekali Gen-Z dengan kompetensi kreatif, memberikan solusi inovatif bagi UMKM, serta mendorong tumbuhnya semangat kewirausahaan berbasis teknologi digital sehingga berkontribusi pada penguatan daya saing UMKM lokal di era ekonomi kreatif.

## 5. UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana pengabdian masyarakat menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh peserta pelatihan, baik mahasiswa/pelajar Gen-Z maupun pelaku UMKM muda, yang telah berpartisipasi aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan. Antusiasme, semangat belajar, serta keterbukaan peserta dalam menerima materi menjadi salah satu faktor utama keberhasilan program ini. Dukungan dan kerja sama yang terjalin diharapkan dapat terus berlanjut sehingga keterampilan yang diperoleh tidak hanya bermanfaat bagi pengembangan diri, tetapi juga mampu memberikan kontribusi nyata bagi peningkatan daya saing UMKM lokal.

## 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>
- Cynthia, E. P., Permana, I., & Nursalisah, F. (2025). Evaluasi Efisiensi Pemanfaatan Struktur Data dalam Bahasa

- Pemrograman Python untuk Operasi Pencarian dan Penyimpanan. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Teknik Informatika*, 1(1), 1–7.
- Fachri, B., Daniel Daud Sunly Bazikho, & Ferdy Syahlan Susilo. (2024). Perancangan Sistem Informasi Penjualan UMKM Menggunakan Metode Waterfall Berbasis Wordpress. *Jurnal Komputer Teknologi Informasi Dan Sistem Informasi (JUKTISI)*, 3(2), 723–730. <https://doi.org/10.62712/juktisi.v3i2.260>
- Firdausiah, R. A. (2024). Pelatihan Penguatan Peran Dan Karakter Generasi Penerus. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 6(1.1), 635–641.
- Gustiana, Z., E, A. H., & Firah, A. (2024). Peningkatan Pemasaran UMKM dengan Teknologi Cloud dan Digital Marketing. *Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat (JURIBMAS)*, 3(1), 276–284. <https://doi.org/10.62712/juribmas.v3i1.241>
- Hasanuddin, M., Randi Rian Putra, Hasan Siregar, M. N., Supiyandi, & Khodijah, S. (2024). Pelatihan Aplikasi Program Paket Niaga dan Internet Dalam Pengembangan Kompetensi Gen Z. *Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat (JURIBMAS)*, 3(1), 291–295. <https://doi.org/10.62712/juribmas.v3i1.248>
- Janah, U. R. N., & Tampubolon, F. R. S. (2024). Peran usaha mikro, kecil, dan menengah dalam pertumbuhan ekonomi: Analisis kontribusi sektor umkm terhadap pendapatan nasional di indonesia. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 1(2), 739–746.
- Kirana, C. A. D., Ravenska, N., & Fauzi, R. M. (2024). Upaya Mengoptimalkan Peluang Inovasi Digital Bagi Mahasiswa melalui Pelatihan dan Pendampingan Digital Branding. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 4(3), 2277–2287. <https://doi.org/10.33379/icom.v4i3.5264>
- Maryam, M., Amalia, C. I., Hanum, F., & ... (2025). Inovasi Desain Produk sebagai Strategi Meningkatkan Profitabilitas UMKM Kerajinan Rumahan. *Jurnal Serambi ...*, 10(3). <https://jse.serambimekkah.id/index.php/jse/article/view/918%0Ahttps://jse.serambimekkah.id/index.php/jse/article/download/918/701>
- Mustari, N. H. (2024). Umkm Sebagai Pilar Dalam Membangun Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 3(3), 198–211. <https://doi.org/10.59827/jie.v3i3.187>
- Roqyah, L., Yuniansyah, I. F., Rizki, A. M., Rokhmaturrizqiyah, F., Zain, B., Muhamad, D. F., Kurniawan, A., Salsabila, A. R., Pramitha, A. S., & Insiyah, M. (2025). Strategi Digital Marketing untuk UMKM: Meningkatkan Daya Saing di Pasar Lokal melalui Media Sosial. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 3(1), 41–50. <https://ejournal.mediapenamandiri.com/index.php/jomi/article/view/89>
- 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>
- Sutantri, & Syawahidul Haq, M. (2023). Strategi Packaging Produk UMKM Oleh Rumah Kurasi Kediri dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 5(1), 63–76. <https://doi.org/10.33367/at.v5i1.1479>
- Tohari, A., Faisol, F., Ayu Septi Fauzi, D., Prayogy, M. D., & Khoiriyah, W. (2025). Pemberdayaan Ekonomi Lokal: Pendampingan Digital Marketing Untuk UMKM Jatirejo. *Jompa Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 1–9. <https://doi.org/10.57218/jompaabdi.v4i1.1358>
- Wedhasari, T., Ruhayat, N., & Multahada, E. (2025). Pelatihan Komprehensif Desain Mesin Berbasis Teori. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi Dan Perubahan*, 5(5).