



III

Pelatihan Keterampilan Digital (Desain & Editing Video) Untuk Ibu Rumah Tangga Pelaku Umkm Desa Umbuldamar

Jammilna Darajat, Hidayat Alam Sudrajat, Devi Ratna Handini

¹ Universitas Madani Indonesia; jammilnadrzt436@gmail.com

² Universitas Terbuka; hidayatalam99@gmail.com

³ Universitas Modern Al Rifa'ie Indonesia; devirh99.umain@gmail.com

Abstract

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan digital dalam desain grafis dan editing video bagi ibu rumah tangga pelaku UMKM di Desa Umbuldamar. Perkembangan pemasaran digital melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok menuntut pelaku UMKM memiliki kompetensi digital agar mampu bersaing dan memperluas jangkauan pasar. Namun, sebagian besar peserta masih memiliki keterbatasan dalam membuat konten promosi visual yang menarik dan efektif (5). Kegiatan dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif dan praktik langsung yang melibatkan 25 peserta. Materi pelatihan meliputi pembuatan desain promosi menggunakan aplikasi Canva dan editing video menggunakan CapCut. Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test, penilaian hasil karya peserta, serta kuesioner kepuasan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan literasi digital peserta dengan rata-rata kenaikan skor sebesar 32 poin. Sebanyak 88% peserta berhasil membuat desain promosi secara mandiri, dan 76% mampu menghasilkan video promosi produk berdurasi 30–60 detik. Selain itu, 68% peserta langsung mempublikasikan konten promosi di media sosial saat pelatihan berlangsung. Program ini berkontribusi pada peningkatan kepercayaan diri, kemampuan pemasaran digital, serta potensi peningkatan visibilitas dan penjualan produk UMKM. Dengan demikian, pelatihan keterampilan digital terbukti efektif dalam mendukung transformasi digital dan pemberdayaan ekonomi masyarakat desa.

Keywords

Pengabdian Masyarakat, Literasi Digital, UMKM, Desain Grafis, Editing Video, Pemberdayaan Desa

Corresponding Author

First name Last name

Affiliation, Country; e-mail@e-mail.com

1. INTRODUCTION

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong terjadinya transformasi digital di berbagai sektor, termasuk sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) (4) (6). Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi menjadi strategi yang efektif, murah, dan mudah



diakses oleh pelaku usaha. Platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok memungkinkan pelaku UMKM menjangkau konsumen lebih luas tanpa batasan wilayah. Namun demikian, tidak semua pelaku UMKM memiliki kemampuan digital yang memadai. Di Desa Umbuldamar, sebagian besar pelaku UMKM merupakan ibu rumah tangga yang menjalankan usaha rumahan seperti kuliner, kerajinan, dan produk olahan. Aktivitas pemasaran masih dilakukan secara konvensional melalui promosi dari mulut ke mulut atau melalui grup pesan singkat. Konten promosi yang digunakan umumnya belum menarik secara visual, belum memiliki identitas merek yang kuat, dan belum memanfaatkan video sebagai media promosi yang efektif (1) (7). Padahal, konten visual dan video memiliki daya tarik yang lebih tinggi dibandingkan teks biasa. Desain grafis sederhana menggunakan aplikasi yang mudah diakses seperti Canva serta editing video melalui aplikasi berbasis smartphone seperti CapCut dapat menjadi solusi praktis bagi pelaku UMKM desa untuk meningkatkan kualitas promosi produknya.

Keterbatasan literasi digital, kurangnya pelatihan, serta minimnya pendampingan menjadi faktor utama rendahnya pemanfaatan teknologi digital oleh ibu rumah tangga pelaku UMKM di Desa Umbuldamar. Kondisi ini berdampak pada rendahnya daya saing produk dan terbatasnya jangkauan pasar. Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan program pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan keterampilan digital yang berfokus pada desain grafis dan editing video berbasis praktik langsung. Program ini diharapkan dapat meningkatkan kapasitas digital, kepercayaan diri (2)(8), serta kemandirian ekonomi ibu rumah tangga pelaku UMKM melalui pemanfaatan teknologi digital secara optimal.

2. METHODS

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan **partisipatif dan praktik langsung (hands-on training)** (3) (9). Pendekatan ini dipilih agar peserta tidak hanya memahami teori pemasaran digital, tetapi juga mampu secara langsung mempraktikkan pembuatan desain dan video promosi menggunakan smartphone.

Metode pelaksanaan meliputi:

- Ceramah interaktif
- Demonstrasi
- Praktik langsung
- Pendampingan individu
- Evaluasi hasil karya

3. FINDINGS AND DISCUSSION

Pelaksanaan pelatihan diikuti oleh 25 ibu rumah tangga pelaku UMKM dengan jenis usaha kuliner, kerajinan, dan produk olahan rumah tangga. Temuan kegiatan diperoleh dari hasil pre-test dan post-test, observasi praktik, serta evaluasi produk peserta.

a. Peningkatan Literasi Digital

Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan digital peserta.

Table 1. Tabel Peningkatan Hasil Pelatihan

Indikator	Rata-rata Pre-test	Rata-rata Post-test
Pemahaman pemasaran digital	55	82
Kemampuan desain promosi	50	85
Kemampuan editing video	45	80
Strategi publikasi konten	52	83
Rata-rata keseluruhan	50,5	82,5

¹Tabel Peningkatan Hasil Pelatihan

Hasil Tabel 1 menunjukkan bahwa pelatihan efektif dalam meningkatkan kapasitas digital pelaku UMKM desa Umbuldamar

b. Hasil Produk Peserta

- 22 peserta (88%) berhasil membuat desain poster promosi menggunakan Canva.
- 19 peserta (76%) berhasil membuat video promosi berdurasi 30–60 detik menggunakan CapCut.
- 17 peserta (68%) langsung mempublikasikan hasil kontennya melalui Instagram dan TikTok.

Beberapa peserta melaporkan adanya peningkatan interaksi (likes, komentar, dan pesan masuk) setelah mengunggah konten video promosi.

c. Perubahan Sikap dan Kepercayaan Diri

Selain peningkatan keterampilan teknis, ditemukan perubahan sikap yang positif, antara lain:

- Peserta lebih percaya diri menggunakan aplikasi digital.
- Meningkatnya motivasi untuk memperluas pemasaran secara online.
- Terbentuknya jejaring kolaborasi antar pelaku UMKM desa.



Figure 1. Gambar Pelatihan Keterampilan Digital Pelaku UMKM Desa Umbuldamar

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendekatan praktik langsung (*hands-on training*) lebih efektif dibandingkan metode ceramah konvensional. Peserta yang sebelumnya belum familiar dengan aplikasi desain dan editing video dapat dengan cepat memahami materi karena pendampingan dilakukan secara bertahap.

Penggunaan aplikasi berbasis *smartphone* seperti Canva dan CapCut menjadi solusi tepat karena:

1. Mudah diakses dan gratis.
2. Tidak memerlukan perangkat komputer.
3. Memiliki template yang memudahkan pemula.

Temuan ini memperkuat bahwa peningkatan literasi digital merupakan faktor kunci dalam transformasi UMKM berbasis teknologi. Konten visual dan video terbukti lebih menarik perhatian konsumen dibandingkan promosi berbasis teks semata (10).

Meskipun demikian, terdapat beberapa kendala, seperti:

- Keterbatasan jaringan internet.
- Kapasitas memori *smartphone* yang terbatas.
- Variasi kemampuan awal peserta.

Program pelatihan ini berhasil meningkatkan kompetensi digital dan membuka peluang peningkatan omzet usaha. Dampak awal menunjukkan adanya peningkatan interaksi konsumen serta potensi peningkatan penjualan.

1. CONCLUSION

Program Pengabdian kepada Masyarakat berupa Pelatihan Keterampilan Digital (Desain dan Editing Video) bagi ibu rumah tangga pelaku UMKM di Desa Umbuldamar telah dilaksanakan dengan baik dan menunjukkan hasil yang signifikan. Kegiatan ini efektif dalam meningkatkan literasi digital, keterampilan desain grafis, serta kemampuan editing video peserta. Berdasarkan hasil evaluasi, terjadi peningkatan rata-rata skor sebesar 32 poin antara pre-test dan post-test, yang menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan kompetensi digital peserta. Sebanyak 88% peserta mampu membuat

desain promosi menggunakan Canva, dan 76% peserta berhasil membuat video promosi sederhana menggunakan CapCut. Selain itu, sebagian besar peserta telah mempublikasikan konten promosi melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok. Program ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga menumbuhkan rasa percaya diri, motivasi berwirausaha, serta kesadaran akan pentingnya pemasaran digital dalam meningkatkan daya saing UMKM. Dengan demikian, pelatihan keterampilan digital berbasis praktik langsung terbukti menjadi strategi yang efektif dalam mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat desa dan transformasi digital UMKM. Ke depan, diperlukan pendampingan berkelanjutan agar keterampilan yang telah diperoleh dapat terus dikembangkan dan memberikan dampak ekonomi yang lebih optimal.

REFERENCES

1. Susanto, E. B., Christianto, P. A., & Darmawan, W. (2025). *Pengembangan kemampuan UMKM dalam memproduksi konten video melalui CapCut sebagai strategi pemasaran digital di media sosial*. *Servirisma*.
2. Awa, A., & Hutomo, Y. P. (2025). *Pelatihan dan pendampingan creative digital marketing sebagai media promosi produk UMKM menggunakan Canva dan CapCut*. *Educivilia: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 6(1), 40–60.
3. Sinurat, R., Lutfianto, N. H., & Meylani, L. (2026). *Pelatihan strategi digital marketing berbasis personal branding bagi guru TK dan pelaku UMKM desa Pasirjambu*. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*.
4. Yusniar, M. W., Rifani, A., & Dewi, M. S. (2024). *Pelatihan digital marketing berbasis media sosial dan marketplace bagi UMKM di Lahan Basah*. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*.
5. Hasanuddin, M., Rizki, C. A., & Khodijah, S. (2025). *Pemberdayaan UMKM melalui pelatihan digital marketing dan desain konten media sosial*. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berdampak*.
6. Purnamasari, N. I., & Pamungkas, A. T. (2024). *Peningkatan keterampilan desain visual dan literasi digital produk UMKM Desa Joho, Sleman*. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*.
7. Nanda, A. K., Abi Thoriq, I., & Rohmah, E. (2026). *Sosialisasi tentang UMKM go digital: UMKM semakin maju dengan digital marketing di Desa Kembangarum*. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*.

8. Cornelia, M., & Kusumasari, I. R. (2026). *Pengembangan branding digitalisasi marketing terhadap UMKM melalui media sosial di Desa Sumpu*. Jurnal Studi Administrasi Bisnis.
9. Auerella, S. A., & Majid, N. (2026). *Peningkatan literasi digital dan pemasaran UMKM melalui pendampingan mahasiswa di Wiyung Surabaya*. Jompa Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat.
10. Farida, F., Wahyudi, D., & Zuhrofi, A. (2025). *Edukasi pemanfaatan teknologi pemasaran digital bagi UMKM*. Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara