



PEMBERDAYAAN UMKM MENUJU EKONOMI KREATIF DAN BERKELANJUTAN DI KELURAHAN RINGIN ANOM

**Rino Sardanto¹, Bastoumi Muslish², Sigit Wisnu Bhirawa³, Samari⁴, Edy Djoko Soeprajitno⁵,
Ratna Dwi Agustin⁶**

¹ Universitas Nusantara PGRI Kediri
rinosardanto@unpkediri.ac.id

² Universitas Nusantara PGRI Kediri
basthoumi@unpkediri.ac.id

³ Universitas Nusantara PGRI Kediri
sigitwisnu@unpkediri.ac.id

⁴ Universitas Nusantara PGRI Kediri
samari@unpkediri.ac.id

⁵ Universitas Nusantara PGRI Kediri
edydjoko@unpkediri.ac.id

⁶ Universitas Nusantara PGRI Kediri
ratnaagustinn18@gmail.com

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan UMKM di Kelurahan Ringin Anom, Kota Kediri, menuju ekonomi kreatif dan berkelanjutan. Permasalahan utama yang dihadapi UMKM mitra meliputi keterbatasan branding, kemasan tidak menarik, minimnya pemasaran digital, serta lemahnya manajemen keuangan. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif melalui tahapan: survei awal, Focus Group Discussion (FGD), pelatihan (branding, fotografi produk, digital marketing, manajemen keuangan), pendampingan intensif, serta evaluasi. Kegiatan dilaksanakan selama satu bulan terhadap 20 UMKM binaan. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan pada seluruh indikator capaian: kepemilikan merek meningkat dari 25% menjadi 80%, penggunaan kemasan berlabel dari 15% menjadi 75%, kepemilikan akun media sosial untuk usaha dari 20% menjadi 85%, kemampuan membuat konten promosi dari 10% menjadi 70%, pencatatan keuangan sederhana dari 10% menjadi 55%, serta peningkatan omset rata-rata sebesar 50% (dari Rp1.200.000 menjadi Rp1.800.000 per bulan). Kegiatan ini membuktikan bahwa pendekatan pemberdayaan yang holistik, partisipatif, dan berkelanjutan efektif dalam meningkatkan kapasitas UMKM berbasis ekonomi kreatif.

Kata Kunci: pemberdayaan UMKM, ekonomi kreatif, keberlanjutan, digital marketing

ABSTRACT

This community service activity aims to empower Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Ringin Anom Village, Kediri City, towards a creative and sustainable economy. The main problems faced by partner MSMEs include limited branding, unattractive packaging, lack of digital marketing, and weak financial management. The implementation method used a participatory approach through the following stages: initial survey, Focus Group Discussion (FGD), training (branding, product photography, digital marketing, financial management), intensive mentoring, and evaluation. The activity was conducted for one month involving 20 assisted MSMEs. The results showed significant improvements in all indicator achievements: brand ownership increased from 25% to 80%, use of labeled packaging from 15% to 75%, ownership of social media accounts for business from 20% to 85%, ability to create promotional content from 10% to 70%, simple financial recording from 10% to 55%, and an average increase in turnover of 50% (from IDR 1,200,000 to IDR 1,800,000 per month). This activity proves that a holistic, participatory, and sustainable empowerment approach is effective in increasing the capacity of MSMEs based on the creative economy.

Keywords: *MSME empowerment, creative economy, sustainability, digital marketing,*

PENDAHULUAN

UMKM tidak hanya sebagai penggerak utama ekonomi negara, tetapi memiliki fungsi yang sangat vital dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi di tingkat lokal. UMKM juga memainkan peran penting dalam pemerataan ekonomi karena keberadaannya yang luas di berbagai daerah di Indonesia, termasuk lokasi-lokasi terpencil, area pedesaan, dan kawasan pinggiran kota. Berdasarkan informasi dari Sistem Informasi Data Tunggal UMKM (SIDT-UMKM), pada 31 Oktober 2025, total UMKM di Indonesia mencapai 30,19 juta. Jawa Barat mencatat jumlah UMKM tertinggi yaitu 5,4 juta, diikuti oleh Jawa Timur dengan 4,58 juta, dan Jawa Tengah yang memiliki 4,45 juta. Provinsi Papua memiliki 64.761 UMKM, sementara Papua Tengah mencatat 17.258, dan Papua Selatan memiliki 13.281 (Biro DTI, 2025). Keberadaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah menunjukkan secara nyata kemampuannya untuk tetap bertahan dalam berbagai kondisi krisis ekonomi dan berfungsi sebagai fondasi utama dalam aktivitas ekonomi masyarakat Indonesia. UMKM malah terus mempertahankan eksistensinya dan menjaga aliran ekonomi, serta menyelamatkan negara dari risiko meningkatnya pengangguran secara signifikan (Pandana, 2025).

Saat ini, pertumbuhan ekonomi kreatif menjadi salah satu cara utama untuk memperkuat daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah. Ide dasar dari ekonomi kreatif menekankan pada inovasi, kreativitas, penggunaan teknologi, pengembangan merek, dan pemasaran digital sebagai nilai tambah untuk produk dan layanan yang dihasilkan oleh masyarakat. Pemerintah pun secara aktif mendukung penguatan UMKM yang berfokus pada ekonomi kreatif sebagai

bagian dari strategi pembangunan ekonomi yang berkelanjutan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Di sisi lain, salah satu masalah utama yang dihadapi UMKM adalah sistem distribusi, legalitas, dan branding yang belum optimal. Banyak produk yang dinilai berkualitas tinggi, tetapi tidak didukung oleh standar bisnis yang sesuai dengan kebutuhan pasar global. Tidak ada merek yang sukses secara instan; itu membutuhkan waktu yang lama untuk memperkuat identitasnya, mengubah sistem bisnisnya, dan terus mengedukasi pasar. Salah satu langkah penting untuk meningkatkan daya saing adalah transformasi bisnis, seperti reposisi merek dan memperluas segmen produk.

Di Kota Kediri, pertumbuhan UMKM menunjukkan peningkatan yang signifikan. Meningkatnya kebutuhan masyarakat dan dukungan pemerintah daerah mendorong pertumbuhan sektor bisnis yang beragam, termasuk kerajinan, fesyen, kuliner, pertanian olahan, dan bisnis berbasis digital. Sumber daya manusia produktif, budaya lokal, dan akses yang semakin terbuka ke pemasaran digital membuat Kota Kediri memiliki potensi besar untuk mengembangkan UMKM. Namun, perkembangan ini juga diiringi dengan tantangan yang semakin kompleks, terutama dalam hal daya saing usaha, inovasi produk, manajemen usaha, legalitas, dan pemasaran digital.

Salah satu wilayah di Kota Kediri, Ringin Anom memiliki banyak potensi UMKM yang berkembang dan beragam. Hasil observasi awal menunjukkan bahwa sumber pendapatan masyarakat berasal dari berbagai jenis usaha masyarakat, termasuk industri makanan dan minuman, kerajinan, jasa, dan bisnis rumahan. Meskipun demikian, sebagian besar UMKM di daerah tersebut masih menghadapi berbagai tantangan yang menghalangi mereka untuk berkembang. Keterbatasan dalam penggunaan media digital untuk pemasaran, kurangnya inovasi produk, desain kemasan yang tidak menarik, pencatatan keuangan yang masih sederhana, dan kurangnya pemahaman tentang strategi pengembangan bisnis berkelanjutan adalah beberapa masalah yang ditemukan.

Perilaku konsumen yang berubah menuju produk yang memiliki nilai kreatif, identitas merek yang kuat, kemasan yang menarik, dan akses online yang mudah adalah fenomena lain yang ditemukan. Kondisi ini menghalangi UMKM yang tidak dapat beradaptasi untuk meningkatkan penjualan dan memperluas pasar. Selain itu, karena persaingan bisnis yang semakin meningkat, usaha kecil dan menengah (UMKM) harus mampu memanfaatkan teknologi informasi dan inovasi bisnis untuk bertahan di era ekonomi digital. Solusi untuk

masalah ini adalah program pemberdayaan UMKM berbasis ekonomi kreatif dan berkelanjutan. Ini menunjukkan bahwa UMKM membutuhkan pendampingan dan pemberdayaan yang berkelanjutan untuk meningkatkan kapasitas usaha mereka dan menjadi lebih berdaya saing. Pendekatan ini tidak hanya berfokus pada peningkatan penjualan, tetapi juga meningkatkan inovasi produk, branding, pengelolaan usaha, potensi lokal, dan pengembangan potensi lokal. Dengan pendampingan yang tepat, UMKM diharapkan dapat meningkatkan kualitas produk, memperluas pasar, dan menciptakan bisnis yang fleksibel dengan evolusi.

Menurut penelitian dan kegiatan pengabdian sebelumnya, pemberdayaan UMKM berbasis digital dan ekonomi kreatif meningkatkan kapasitas usaha masyarakat. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Pradiani, 2017), penggunaan media sosial dalam pemasaran digital dapat meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar UMKM secara signifikan. Studi tambahan oleh (Harjito et al., 2021) mengemukakan bahwa pelatihan *branding* dan pemasaran digital dapat meningkatkan daya saing UMKM dan meningkatkan loyalitas konsumen. Selain itu, pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh (Sari et al., 2025) berpendapat bahwa pendampingan desain kemasan dan pemasaran digital dapat meningkatkan nilai jual produk UMKM dan meningkatkan minat beli konsumen. Keberlanjutan usaha dan peningkatan kesejahteraan masyarakat dapat dicapai melalui pengembangan ekonomi kreatif yang didasarkan pada potensi lokal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa meningkatkan kapasitas UMKM melalui pendekatan ekonomi kreatif adalah strategi penting untuk menghadapi tantangan persaingan usaha saat ini. Oleh karena itu, diperlukan program pengabdian masyarakat yang dapat membantu UMKM, khususnya di Kelurahan Ringin Anom.

Berdasarkan kondisi, fenomena, dan masalah yang ditemukan, diputuskan bahwa program pengabdian masyarakat dengan judul "**Pemberdayaan UMKM Menuju Ekonomi Kreatif dan Berkelanjutan di Kelurahan Ringin Anom**". Judul ini dipilih karena mencerminkan kebutuhan masyarakat untuk meningkatkan kapasitas UMKM melalui peningkatan kreativitas, inovasi, pemanfaatan teknologi digital, dan pengembangan usaha berkelanjutan untuk meningkatkan daya saing usaha kecil dan menengah.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan program pengabdian masyarakat berjudul “Pemberdayaan UMKM Menuju Ekonomi Kreatif dan Berkelanjutan di Kelurahan Ringin Anom” dilaksanakan dengan cara yang partisipatif dan dengan pendampingan langsung untuk para pelaku UMKM. Pendekatan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan para pelaku usaha dalam mengembangkan ekonomi kreatif, memanfaatkan pemasaran digital, menciptakan inovasi produk, serta memastikan kelangsungan usaha.

Kegiatan pengabdian dilakukan di Kelurahan Ringin Anom, Kota Kediri, selama satu bulan. Kegiatan dilaksanakan secara bertahap dan sistematis dengan melibatkan pelaku UMKM, pemerintah kelurahan, dan tim pengabdian. Setelah mengidentifikasi kebutuhan masyarakat, tim menyusun materi pelatihan yang relevan dengan masalah tersebut. Selanjutnya, peserta menerima pelatihan dan praktik secara langsung sehingga mereka dapat memahami dan menerapkan materi yang diberikan. Setelah itu, kelompok melakukan pendampingan intensif untuk membantu usaha kecil dan menengah (UMKM) dalam menerapkan strategi ekonomi inovatif dan digitalisasi bisnis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat "Pemberdayaan UMKM Menuju Ekonomi Kreatif dan Berkelanjutan di Kelurahan Ringin Anom" telah dilaksanakan melalui beberapa tahapan, seperti observasi, sosialisasi, pelatihan, pendampingan, dan pengawasan dan evaluasi. Di Kelurahan Ringin Anom, Kota Kediri, ada pelaku UMKM yang bergerak di bidang kuliner, kerajinan, dan usaha rumahan.

Karena materi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan dan masalah usaha, pelaksanaan program mendapat respons positif dari masyarakat dan pelaku UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM masih mengalami kesulitan dalam hal branding, pemasaran digital, desain kemasan, dan pengelolaan bisnis berbasis teknologi. Akibatnya, kegiatan pengabdian akan berkonsentrasi pada meningkatkan kemampuan UMKM berbasis ekonomi kreatif dan keberlanjutan usaha.

Berdasarkan survei awal yang dilakukan pada 20 UMKM binaan di Kelurahan Ringin Anom, diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 1. Profil sasaran

Indikator	Sebelum Pendampingan
Memiliki nama merek/brand	25%
Menggunakan kemasan berlabel	15%
Memiliki akun media sosial untuk usaha	20%
Melakukan pencatatan keuangan sederhana	10%
Pernah mengikuti pelatihan UMKM	30%
Memiliki nama merek/brand	25%

Sumber: Wawancara, 2026

Kegiatan dilaksanakan sesuai dengan metode yang telah direncanakan, dengan rincian partisipasi sebagai berikut:

Tabel 2. Tahapan Kegiatan

Tahapan	Kegiatan
Tahap 1	Sosialisasi dan FGD awal
Tahap 2	Pelatihan branding dan desain kemasan
Tahap 3	Pelatihan fotografi produk
Tahap 4	Pelatihan digital marketing
Tahap 5	Pelatihan manajemen keuangan
Tahap 6	Pendampingan (mentoring)

Sumber: Rencana Kerja, 2026

Tingkat partisipasi peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi, dengan rata-rata kehadiran mencapai 85% pada setiap sesi pelatihan. Hal ini mencerminkan kesadaran pelaku UMKM akan pentingnya pengembangan kapasitas usaha di era digital, sekaligus temuan bahwa terdapat "potensi besar dari UMKM di Ringin Anom" yang perlu didampingi



Gambar 1. Forum Group Discussion

Sumber: Pelaksana, 2026

Pendampingan pemberdayaan UMKM menuju Ekonomi Kreatif dan berkelanjutan di Kelurahan Ringin Anom bukan sekedar program pelatihan, melainkan sebuah Gerakan

transformasi ekonomi yang berakar pada potensi local, mengintegrasikan nilai seni budaya serta mengadopsi teknologi. Program ini mengedepankan pendekatan partisipatif yang menempatkan pelaku UMKM sebagai subjek utama perubahan dengan tujuan akhirnya terciptanya kemandirian ekonomi dan berkelanjutan. Melalui pendampingan yang intensif, kolaboratif dan berkesinambungan diharapkan UMKM di Kelurahan Ringin Anom tidak hanya bersaing dipasar lokal, tetapi memiliki daya saing ditingkat regional dan nasional sekaligus menjadi model ekonomi kreatif yang inklusif dan berkelanjutan bagi wilayah lain.



Gambar 2 Pendampingan

Kegiatan pemberdayaan yang dilaksanakan selama tiga bulan telah berhasil meningkatkan kapasitas UMKM binaan di Kelurahan Ringin Anom secara signifikan. Sebelum program dimulai, sebagian besar pelaku usaha masih bergulat dengan keterbatasan fundamental: hanya 25% UMKM yang memiliki nama merek, 15% yang menggunakan kemasan berlabel, dan 20% yang telah memiliki akun media sosial untuk promosi. Setelah mengikuti serangkaian pelatihan dan pendampingan intensif, terjadi lonjakan capaian yang menggembarakan. Sebanyak 80% UMKM kini telah memiliki identitas merek yang jelas, 75% telah beralih menggunakan kemasan yang menarik dan informatif, serta 85% telah aktif memasarkan produknya melalui platform digital seperti Instagram dan WhatsApp Business. Lebih dari sekadar angka, peningkatan ini tercermin dari perubahan perilaku nyata: para pelaku UMKM yang sebelumnya ragu-ragu kini mulai percaya diri memotret produk mereka sendiri, menulis caption promosi, bahkan berani berjualan secara online. Kemampuan membuat konten promosi meningkat drastis dari hanya 10% menjadi 70%, sementara pencatatan keuangan sederhana yang sebelumnya hanya dilakukan oleh 2 UMKM, kini telah diadopsi oleh 55% peserta. Dampak dari seluruh peningkatan kapasitas ini pada akhirnya

bermuaara pada kenaikan omset rata-rata sebesar 50%, dari Rp1.200.000 menjadi Rp1.800.000 per bulan. Capaian ini membuktikan bahwa pendekatan pemberdayaan yang holistik dan berkelanjutan mampu mengubah UMKM kelurahan menjadi unit usaha yang lebih profesional, berdaya saing, dan berkelanjutan.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pemberdayaan UMKM berbasis ekonomi kreatif mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha dalam mengembangkan bisnis secara lebih inovatif dan berkelanjutan. Pendekatan partisipatif yang digunakan dalam kegiatan ini mendorong keterlibatan aktif masyarakat sehingga proses transfer pengetahuan berjalan lebih efektif. Pelatihan branding dan digital marketing memberikan dampak positif terhadap peningkatan daya saing produk UMKM. Sebelum program dilaksanakan, sebagian besar pelaku usaha belum memahami pentingnya identitas merek dan pemasaran digital. Setelah dilakukan pelatihan dan pendampingan, peserta mulai mampu membuat konten promosi, memperbaiki tampilan produk, serta memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran usaha.

Hasil ini sejalan dengan penelitian (Pradiani, 2017) yang menyatakan bahwa pemanfaatan media sosial dapat meningkatkan efektivitas pemasaran dan memperluas jangkauan pasar UMKM. Selain itu, penelitian (Harjito et al., 2021) menjelaskan bahwa branding produk dan digital marketing mampu meningkatkan daya saing dan loyalitas konsumen terhadap produk UMKM.

Pendampingan pengembangan usaha berkelanjutan juga memberikan pengaruh terhadap pola pikir pelaku usaha dalam menjalankan bisnis. Pelaku UMKM mulai memahami bahwa keberlanjutan usaha tidak hanya ditentukan oleh penjualan, tetapi juga kemampuan dalam berinovasi, menjaga kualitas produk, membangun hubungan dengan konsumen, dan memanfaatkan teknologi digital. Program pengabdian ini juga mendukung pengembangan ekonomi kreatif berbasis masyarakat di Kelurahan Ringin Anom. Kreativitas masyarakat dalam mengembangkan produk lokal menjadi potensi penting dalam meningkatkan nilai ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Dengan adanya pendampingan berkelanjutan, UMKM diharapkan mampu berkembang menjadi usaha yang mandiri, kreatif, inovatif, dan memiliki daya saing yang lebih tinggi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat "Pemberdayaan UMKM Menuju Ekonomi Kreatif dan Berkelanjutan di Kelurahan Ringin Anom Kota Kediri" yang telah dilaksanakan selama satu bulan terhadap 20 UMKM binaan, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Program pemberdayaan yang dilaksanakan melalui pendekatan partisipatif dengan tahapan FGD, pelatihan branding, fotografi produk, digital marketing, manajemen keuangan, serta pendampingan intensif terbukti efektif meningkatkan kapasitas UMKM di Kelurahan Ringin Anom. Tingkat partisipasi peserta mencapai 85% pada setiap sesi pelatihan, menunjukkan antusiasme dan kesadaran pelaku UMKM akan pentingnya pengembangan usaha di era digital.
2. Terjadi peningkatan signifikan pada seluruh indikator capaian UMKM binaan. Kepemilikan merek meningkat dari 25% menjadi 80%, penggunaan kemasan berlabel dari 15% menjadi 75%, kepemilikan akun media sosial untuk usaha dari 20% menjadi 85%, kemampuan membuat konten promosi dari 10% menjadi 70%, serta pencatatan keuangan sederhana dari 10% menjadi 55%. Peningkatan kapasitas ini berdampak pada kenaikan omset rata-rata sebesar 50%, dari Rp1.200.000 menjadi Rp1.800.000 per bulan.
3. Pendekatan pemberdayaan yang holistik, berkelanjutan, dan berbasis potensi lokal (Kampung Seni Ringin Anom) mampu mengubah pola pikir pelaku UMKM dari sekadar bertahan menjadi berkembang. Pelaku usaha mulai memahami pentingnya identitas merek, pemasaran digital, inovasi produk, serta manajemen keuangan sebagai fondasi keberlanjutan usaha.
4. Program ini mendukung pengembangan ekonomi kreatif berbasis masyarakat di Kelurahan Ringin Anom. Kreativitas masyarakat dalam mengembangkan produk lokal, yang terintegrasi dengan nilai seni dan budaya setempat, menjadi potensi penting dalam meningkatkan nilai ekonomi dan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan.

REKOMENDASI

Berdasarkan hasil dan temuan selama pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat, berikut adalah rekomendasi yang dapat diberikan:

1. Bagi Pemerintah Kelurahan Ringin Anom

- a. Menindaklanjuti program pemberdayaan ini dengan membentuk kader pendamping UMKM yang berasal dari pemuda Karang Taruna atau perangkat kelurahan, agar pendampingan dapat berlanjut secara mandiri pasca program.
- b. Memfasilitasi ruang promosi bersama seperti pameran rutin mingguan atau bulanan di area District of Art yang sedang direncanakan, sebagai wadah sinergi antara UMKM dan kegiatan kesenian.
- c. Mengalokasikan anggaran kelurahan untuk pelatihan lanjutan dan penyediaan sarana pendukung seperti WiFi publik di balai kelurahan dan pusat UMKM.

2. Bagi Pelaku UMKM Binaan Terus mengaktifkan dan mengoptimalkan penggunaan akun media sosial serta WhatsApp Business yang telah dibuat, dengan konsisten mengunggah konten promosi minimal 3-5 kali dalam seminggu.

- a. Menjalin komunikasi dan kolaborasi antar sesama UMKM dalam kelompok usaha bersama yang telah terbentuk, termasuk berbagi strategi pemasaran dan peluang kerjasama.
- b. Mempertahankan pencatatan keuangan sederhana yang telah mulai diterapkan dan secara bertahap meningkatkan akurasi sebagai persiapan mengakses permodalan dari lembaga keuangan formal.

3. Bagi Tim Pengabdian Selanjutnya

- a. Melakukan program keberlanjutan berupa monitoring dan evaluasi berkala setiap 3 bulan sekali untuk memastikan capaian yang telah dihasilkan tidak menurun.
- b. Menambahkan materi pelatihan tentang legalitas usaha (NIB, PIRT, sertifikasi halal) dan pemanfaatan artificial intelligence (AI) untuk pembuatan konten pemasaran yang lebih efisien.
- c. Memperluas sasaran UMKM tidak hanya pada sektor kuliner tetapi juga kerajinan dan jasa, sesuai dengan potensi Kelurahan Ringin Anom sebagai Kampung Seni.

- d. Memperkuat sinergi program pemberdayaan UMKM antar kelurahan dengan menyediakan platform digital khusus untuk promosi produk UMKM Kota Kediri secara terintegrasi.

UCAPAN TERIMAKASIH

Tim pelaksana kegiatan pengabdian masyarakat "Pemberdayaan UMKM Menuju Ekonomi Kreatif dan Berkelanjutan di Kelurahan Ringin Anom Kota Kediri" mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- a. Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Nusantara PGRI Kediri yang telah memberikan izin, dukungan moral, serta fasilitas administrasi sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan lancar.
- b. Lurah dan Perangkat Kelurahan Ringin Anom, Kota Kediri yang telah memberikan izin pelaksanaan kegiatan, menyediakan lokasi dan fasilitas di Gedung PAUD, serta mendampingi tim selama proses identifikasi dan pelaksanaan program di lapangan.
- c. Para pelaku UMKM binaan Kelurahan Ringin Anom sebanyak 20 peserta yang telah berpartisipasi dengan antusias, meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran, serta terbuka dalam menerima materi pelatihan dan pendampingan sehingga program berjalan dengan efektif.
- d. Mahasiswa yang terlibat dalam kegiatan pengabdian ini yang telah membantu pelaksanaan teknis di lapangan, mulai dari persiapan, pelaksanaan pelatihan, pendampingan individu, hingga dokumentasi kegiatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Biro DTI. (2025). *UMKM Jadi Motor Penggerak Pertumbuhan Ekonomi Lokal*. <https://umkm.go.id/news/wakjm8mpl8n9wcyas961encd>
- Harjito, B., Mufidah, F., & Afifah, L. N. (2021). Peran Digital Marketing dalam Mendongkrak Omset bagi UMKM Emping Mlinjo di Desa Pucangan Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo. *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Seni Bagi Masyarakat)*, 10(2). <https://jurnal.uns.ac.id/jurnal-semar/article/view/49127/31870>
- Pandana, D. A. (2025). *UMKM: Dari Penyangga Krisis ke Pilar Kedaulatan Ekonomi*. <https://djp.kemenkeu.go.id/kppn/cilacap/id/profil/309-artikel/3140-umkm-dari-penyangga-krisis-ke-pilar-kedaulatan-ekonomi.html>

- Pradiani, T. (2017). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>
- Sari, D. P., Agustina, M., Haniyyah, U., & Rambe, I. W. B. (2025). Desain Kemasan Cassava Chips Sebagai Upaya Peningkatan Income Di Kelurahan Dendang Kabupaten Langkat. *Jurnal Abdimas Ilmiah Citra Bakti*, 6(4). <https://jurnal.citrabakti.ac.id/index.php/jailcb/article/view/5967/1718>