

Pembuatan Produk Multimedia Untuk Menunjang Kegiatan Pemasaran Mitra UMKM ADMI di Kota Bekasi

Condro Wibawa¹, Dessy Tri Anggraeni², Abdul Hanif Pratama³, Ajay Alfredo Almani⁴, Alexander Abraham Pasaribu⁵, Dhanu Tirta Dharmawan⁶

^{1,2} Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Gunadarma, Kota Bekasi, Indonesia

^{3,4,5,6} Fakultas Teknik, Universitas Gunadarma, Kota Bekasi, Indonesia

Email: condro_wibawa@staff.gunadarma.ac.id¹

Abstract

UMKM (Usaha Menengah, Kecil, dan Mikro) are independent productive business units, carried out by individuals or business entities in all economic sectors. An obstacle that UMKM often face is the lack of use of multimedia products in their business operations, especially in the product introduction/marketing section. The community service team made visits and identified problems experienced by UMKM partners. The aim of this activity is to create multimedia products that partners can use to support operational activities, especially in terms of marketing/product introduction. The service was carried out for one month from 1-27 July 2024. This activity involved a team of lecturers and students from Gunadarma University. The method used is a case study. Where the team identifies directly at partner locations, holds discussions, and plans the products to be made. Next, the service team carries out a design process which is confirmed to partners. The approved design is then produced and submitted to partners. The multimedia products made include packaging stickers, banners, digital pamphlets and posters. Multimedia products are well received by partners and can be directly used to support partner business activities.

Keywords: *UMKM; multimedia product; marketing; community service; article*

Abstrak

UMKM (Usaha Menengah, Kecil, dan Mikro) merupakan unit usaha produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi. Kendala yang sering dihadapi pelaku UMKM adalah kurangnya pemanfaatan produk multimedia dalam operasional usahanya, khususnya di bagian pengenalan produk/pemasaran. Tim pengabdian kepada masyarakat melakukan kunjungan dan mengidentifikasi permasalahan yang dialami oleh mitra UMKM. Tujuan dari kegiatan ini adalah membuat produk multimedia yang dapat digunakan mitra untuk mendukung kegiatan pemasaran/pengenalan produk usahanya. Kegiatan pengabdian dilakukan dari tanggal 1-27 Juli 2024. Kegiatan ini melibatkan tim dosen dan mahasiswa dari Universitas Gunadarma. Metode yang digunakan adalah studi kasus, dimana tim melakukan identifikasi secara langsung ke lokasi mitra, melakukan diskusi, dan merencanakan produk yang akan dibuat. Selanjutnya tim pengabdian melakukan proses desain yang telah dikonfirmasi ke mitra. Desain yang telah disetujui kemudian diproduksi dan diserahkan ke mitra. Produk multimedia yang dibuat antara lain berupa stiker kemasan, banner, pamflet digital, dan poster. Produk multimedia diterima oleh mitra dengan baik dan dapat langsung digunakan untuk menunjang kegiatan usaha mitra.

Kata kunci: *UMKM; produk multimedia; pemasaran; abdimas; manuskrip*

PENDAHULUAN

Pasca bencana Covid-19 yang terjadi di tahun 2019 hingga 2022, banyak usaha, baik besar maupun kecil yang mengalami kebangkrutan. Pada situasi sulit seperti itu, UMKM (Usaha Menengah, Kecil, dan Mikro) memegang peranan penting bagi perekonomian Indonesia. Kementerian Koperasi dan UKM mencatat bahwa di tahun 2021 saja, jumlah UMKM di Indonesia mencapai 64,2 juta jenis usaha. Kontribusi UMKM terhadap PDB sebesar 61,07% dan mampu menyerap lebih dari 117 juta tenaga kerja [1].

Secara definisi, UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha disemua sektor ekonomi [2]. Undang-undang nomor 20 tahun 2008 menjelaskan bahwa yang tergolong UMKM adalah jenis usaha yang memiliki nilai aset kurang dari 50 juta (untuk usaha mikro) dan kurang dari 500 juta (untuk usaha kecil dan menengah) [3]. Sementara itu, mengutip dari website Sekretariat Kabinet Republik Indonesia, UMKM menopang lebih dari 90% ekonomi Indonesia, bahkan dunia [4].

Meskipun memegang peranan vital, pada prakteknya pelaku UMKM seringkali mengalami kendala dalam usahanya. Selain permodalan, masalah lain yang dialami oleh pelaku UMKM adalah kurangnya strategi pemasaran. Hal ini menyebabkan banyak UMKM tidak dikenal di Masyarakat secara luas. Selain itu, kebanyakan UMKM juga tidak maksimal dalam menjalankan usahanya dan hanya menggunakan peralatan seadanya sehingga tidak memberikan kesan yang positif terhadap pelanggannya [5]. Contoh sederhana adalah tidak adanya papan informasi (seperti papan nama, banner, dan sebagainya) sehingga menyebabkan masyarakat tidak mengetahui keberadaan dan produk yang ditawarkan. Jikapun ada, biasanya informasi yang disampaikan tidak jelas, tidak sesuai dengan jenis usaha yang dijalankan, tidak sesuai dengan produk yang ada, atau tidak mencerminkan citra (*branding*) usaha [5]. Hal ini terjadi dikarenakan ketiadaan biaya atau bahkan karena pelaku usaha tidak menguasai strategi yang tepat.

Berdasarkan latar belakang ini, Asosiasi Dosen Muda Indonesia (ADMI) berkolaborasi dengan Universitas Gunadarma mengadakan Pengabdian Kepada Masyarakat bertajuk “Pembuatan Produk Multimedia Untuk Menunjang Kegiatan Pemasaran Mitra UMKM ADMI di Kota Bekasi”. Produk Multimedia merupakan sebuah produk hasil perpaduan dari berbagai elemen media yang digunakan untuk menyampaikan informasi tertentu [2]. Tujuan dibuatnya produk multimedia adalah sebagai media promosi/pemasaran suatu usaha [6] [7] [8], seperti pada stiker, banner, brosur, video profil, dan konten-konten multimedia di media sosial. Selain itu, produk multimedia dapat pula digunakan untuk menunjang operasional usaha seperti digunakan untuk buku menu, katalog produk, dan lain-lain [9] [10] [11].

Pada pengabdian ini, kegiatan dilakukan di empat mitra UMKM yaitu : Peyek Mas Wahyu (Penjualan Peyek Rumahan dengan *brand* “Mas Wahyu”), Warung Mak Gundar (Warung Makan), Toko Parfum Vierza Amoris (Penjualan Parfum), dan *Coffee Shop* Pemerintah Kopi (*Coffee Shop*). Obyek UMKM ditentukan berdasarkan usulan dari anggota ADMI, sesuai dengan visi, misi, dan program kerja organisasi. Dengan adanya kegiatan ini diharapkan dapat membantu pelaku UMKM dalam memasarkan dan mengenalkan usaha dan produknya secara lebih luas kepada masyarakat. Sehingga berdampak pada peningkatan pendapatan pelaku UMKM bersangkutan.

METODE PELAKSANAAN PENGABDIAN

Pengabdian ini berfokus pada empat mitra UMKM dengan jenis usaha yang berbeda, yaitu Peyek Mas Wahyu (penjualan peyek rumahan), Warung Mak Gundar (warung makan), Toko Parfum Vierza Amoris (penjualan parfum), dan *Coffee Shop* Pemerintah Kopi (coffee shop). Keempat mitra dipilih karena memiliki permasalahan utama yang sama, yaitu keterbatasan dalam memanfaatkan produk multimedia sebagai media promosi. Oleh karena itu, setiap solusi yang diberikan disesuaikan dengan karakteristik usaha masing-masing mitra agar hasilnya tepat sasaran.

Produk multimedia yang dirancang dan dihasilkan dalam kegiatan ini mencakup beberapa jenis sesuai dengan kebutuhan masing-masing mitra. Pertama, stiker kemasan dibuat untuk UMKM Peyek Mas Wahyu dan Toko Parfum Vierza Amoris, yang memuat informasi penting seperti nama brand, varian produk, dan kontak pemilik usaha agar mempermudah konsumen mengenal produk. Kedua, banner promosi dirancang khusus untuk Warung Mak Gundar dengan tampilan desain yang lebih modern serta informasi menu yang telah diperbarui agar lebih menarik perhatian pelanggan. Ketiga, pamflet digital disiapkan untuk Peyek Mas Wahyu sebagai sarana promosi melalui platform media sosial seperti WhatsApp dan Instagram. Keempat, poster interaktif dengan QR Code dibuat untuk *Coffee Shop* Pemerintah Kopi, di mana QR Code tersebut dapat di-scan untuk mengarahkan pelanggan ke website resmi coffee shop tersebut. Seluruh desain produk multimedia ini dikonsultasikan terlebih dahulu

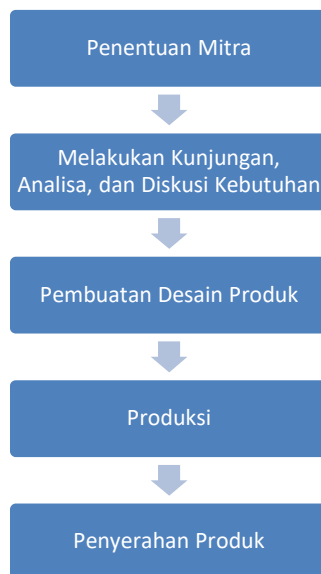
dengan mitra, kemudian direvisi sesuai dengan masukan yang diberikan, dan setelah disetujui dilanjutkan ke tahap produksi serta penyerahan kepada mitra untuk digunakan dalam mendukung kegiatan pemasaran usaha mereka.

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat kali ini dilakukan dengan mengikuti tahapan-tahapan sesuai dengan bagan pada gambar 1.

Tahapan pertama dimulai dengan penentuan mitra. Pada tahapan ini, mitra UMKM sudah ditentukan oleh Asosiasi Dosen Muda Indonesia (ADMI). Sehingga tidak diperlukan lagi penentuan mitra UMKM. Adapun mitra UMKM yang akan dibantu adalah sebagai berikut.

Tabel 1. Daftar Mitra UMKM

No	Mitra UMKM	Jenis Usaha	Alamat
1	Peyek Mas Wahyu	Penjualan Peyek Rumahan dengan <i>Brand</i> “Mas Wahyu”	Jln Hanjuang Atas No 213, 0005/003, Jatibening Baru, Pondok Gede, Kota Bekasi
2	Warung Mak Gundar	Warung Makan	Jl Raya Kalimalang, Jakasampurna, Bekasi Barat, Kota Bekasi (Sebelah Kampus Jl Gunadarma)
3	Toko Parfum Vierza Amoris	Penjualan Parfum	Puri Gading Alam Raya 1, Jati Melati, Pondok Melati, Kota Bekasi
4	Coffee Shop Pemerintah Kopi	<i>Coffee Shop</i>	Taman Galaxi Jalan Nusa Indah Raya Ruko U62, Bekasi



Gambar 1. Bagan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat [12]

Tahapan selanjutnya adalah kunjungan ke mitra. Dalam kegiatan ini tim Pengabdian Kepada Masyarakat dibagi menjadi empat kelompok. Masing-masing kelompok terdiri dari unsur dosen dan mahasiswa. Kegiatan kunjungan ini dilakukan untuk mendapatkan informasi mengenai kegiatan usaha, kendala, dan gambaran kebutuhan mitra. Pada kunjungan ini juga dilakukan diskusi dengan pemilik/pelaku usaha mengenai usaha dan produk, serta menampung aspirasi atau permintaan-permintaan khusus dari mitra. Hasil dari kegiatan ini adalah menentukan solusi/produk yang akan dibuat. Pada tahapan ini dilakukan kolaborasi antara tim dosen, mahasiswa, dan pelaku usaha. Tabel 2

berikut ini merupakan rangkuman dari permasalahan yang berhasil diidentifikasi dan solusi yang ditawarkan untuk menyelesaikan permasalahan tersebut.

Tabel 2. Masalah Mitra dan Solusi yang Ditawarkan

No	Mitra UMKM	Identifikasi Masalah	Solusi yang Ditawarkan
1	Peyek Mas Wahyu	- Kemasan Peyek Mas Wahyu tidak terdapat stiker yang menginformasikan produk dan kontak - Permintaan mitra untuk dibuatkan pamflet digital untuk promosi melalui Whatsapp atau Instagram.	- Pembuatan dua produk yaitu stiker (dalam bentuk softcopy dan haradcopy) dan pamflet digital
2	Warung Mak Gundar	- Banner yang ada sudah usang - Tidak semua produk (menu) dicantumkan di banner - Tidak ada informasi kontak	- Pembuatan <i>banner</i> yang baru (sesuai dengan permintaan mitra) dengan desain yang lebih kekinian dan informasi yang lebih lengkap, serta tidak menghilangkan ciri dasarnya yaitu warna merah.
3	Toko Parfum Vierza Amoris	- Tidak ada nama toko/<i>brand</i> - Parfum dijual dalam botol-botol tanpa ada nama produk dan <i>brand</i>	- Tim PKM menyarankan untuk membuat nama <i>brand</i> “Vierza Amoris” - Pembuatan desain logo sesuai dengan nama toko. - Pembuatan desain stiker untuk ditempel pada botol parfum sesuai dengan variasi ukuran botol parfum
4	Coffee Shop Pemerintah Kopi	- Mitra secara khusus meminta dibuatkan poster untuk dipasang di area <i>Coffee Shop</i>. - Poster berisi <i>QR Code</i> yang diarahkan ke <i>website</i> milik Pemerintah Kopi. - Desain kopi sederhana, menarik, dan cocok dengan selera anak muda.	- Pembuatan desain poster sesuai dengan permintaan mitra

Pada mitra “Peyek Mas Wahyu” permasalahan utama yang diidentifikasi adalah mengenai kemasan. Sebelumnya, produk peyek dikemas hanya menggunakan kemasan plastik polos. Selain kurang menarik, juga tidak terdapat informasi produk dan kontak. Oleh karenanya tim menyarankan untuk membuat dua versi kemasan, yaitu kemasan plastik biasa dan kemasan toples. Kemasan toples digunakan untuk mengantisipasi pesanan jarak jauh agar kualitas peyek tetap terjaga. Kemudian baik pada kemasan plastik maupun toples akan ditempel stiker. Stiker berisi informasi mengenai produk (pilihan rasa), nama *brand*, dan informasi kontak (alamat dan nomor telepon). Selain itu, pemilik juga secara khusus meminta untuk dibuatkan pemflet digital yang bisa digunakan untuk promosi di media sosial seperti Whatsapp dna Instagram.

Mitra kedua adalah Warung Mak Gundar yang merupakan warung makan menggunakan gerobak. Permasalahan utama yang dihadapi mitra adalah *banner* yang sudah kusam dan sobek. Selain itu informasi produk pada *banner* juga sudah tidak sesuai. Pada *banner* lama juga tidak terdapat informasi kontak. Informasi kontak ini penting jika ada yang ingin memesan secara *online* (via whatsapp atau telepon). Sehingga tim menawarkan untuk membuatkan *banner* baru dengan informasi produk dan

kontak yang lebih sesuai. Secara khusus mitra meminta untuk tetap mempertahankan warna dasar *banner* yaitu warna merah terang.

Mitra UMKM selanjutnya adalah Toko Parfum Vierza Amoris. Toko ini dikelola oleh Mama Vierza. Parfum dijual dalam bentuk botol-botol kecil. Permasalahan mendasar pada UMKM ini adalah tidak adanya nama *brand*. Sehingga tim menyarankan untuk membuat nama *brand* yaitu Toko Parfum “Vierza Amoris” yang memiliki arti Cinta Vierza dalam bahasa Perancis. Untuk memperkuat *brand*, tim menyarankan untuk membuat logo. Selanjutnya, tim juga menyarankan untuk membuat stiker kecil yang memuat logo dan nama toko untuk ditempelkan pada botol-botol parfum. Stiker dibuat dalam berbagai versi ukuran menyesuaikan dengan ukuran botol yang ada.

Coffee Shop Pemerintah Kopi adalah UMKM terakhir yang dijadikan obyek pengabdian. Secara khusus, pemilik *Coffee Shop* Pemerintah Kopi meminta untuk dibuatkan poster dalam ukuran besar untuk ditempelkan pada dinding. Pemilik juga meminta agar desain poster dibuat sederhana, menarik perhatian, dan sesuai dengan selera anak muda. Di dalam poster terdapat *QR Code* yang ketika di-*scan* akan diarahkan ke *website Coffee Shop* Pemerintah Kopi.

Setelah mendapatkan informasi permasalahan dan solusi yang ditawarkan, langkah selanjutnya adalah membuat desain. Pembuatan desain diawali dengan *draft* desain yang dalam pembuatannya telah dikonsultasikan dengan mitra UMKM. Selanjutnya setelah disetujui, proses dilanjutkan dengan membuat desain final. Pada bagian ini, dosen pendamping menyarankan beberapa perbaikan dan revisi hingga semua pihak setuju.

Desain yang telah disetujui kemudian dilanjutkan ke proses produksi. Pada proses ini, biaya produksi ditanggung secara bersama-sama antara dosen dan mahasiswa.

Setelah proses produksi selesai, produk diserahkan ke mitra UMKM untuk digunakan sesuai dengan rencana sebelumnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan selama kurang lebih satu bulan mulai dari tanggal 1 hingga 27 Juli 2024. Kegiatan pengabdian dilakukan di empat mitra yang berbeda dan dilakukan secara paralel dengan membagi tim menjadi empat kelompok. Setiap kelompok terdiri dari tim dosen dan tim mahasiswa. Setiap kelompok menangani satu mitra UMKM. Setiap kelompok melakukan kegiatan sesuai dengan tahapan pada began yang telah dibuat sebelumnya.

Peyek Mas Wahyu

Permasalahn dari mitra “Peyek Mas Wahyu” adalah kemasan produk yang menggunakan plastik polos. Solusi yang ditawarkan adalah membuat dua jenis kemasan yaitu plastik dan toples. Setiap kemasan akan ditempel stiker. Desain stiker dibuat dengan warna latar belakang coklat agar selaras dengan warna produk. Foto dibuat sebaik mungkin agar menarik perhatian. Nama *brand* dibuat besar dan mencolok agar mudah dilihat dan diingat. Desain stiker juga mencantumkan informasi produk, alamat, dan nomor telepon. Hal ini untuk mengantisipasi dan mempermudah pemesanan. Sebagai langkah awal, tim mencetak stiker sebanyak kurang lebih 40 buah stiker. Selain stiker yang sudah dicetak, diserahkan pula soft file stiker agar mitra bisa mencetak stiker secara mandiri.

Produk kedua adalah pamflet digital. Pamflet digital digunakan untuk pemasaran melalui media sosial. Proses pembuatan pamflet digital kurang lebih sama dengan proses pembuatan stiker. Latar belakang, gambar, dan nama *brand* yang digunakan juga sama. Akan tetapi di pamflet digital tersebut dicantumkan informasi yang lebih lengkap seperti varian rasa dan harga.



Gambar 2. Kemasan Peyek Mas Wahyu Tanpa Stiker



Gambar 3. Desain Stiker Untuk Kemasan Peyek Mas Wahyu

Warung Mak Gundar

Masalah pada Warung Makan Mak Gundar adalah *banner* yang sudah rusak dan informasi yang tidak sesuai. Sehingga tim menyarankan untuk membuat *banner* yang baru dengan informasi yang lebih sesuai.

Banner dibuat dengan latar belakang warna merah sesuai dengan permintaan dari mitra. Informasi menu pada banner sudah dikonsultasikan dan dikonfirmasi dengan mitra. Selain itu ditambahkan pula informasi kontak, agar memungkinkan pelanggan untuk melakukan pemesanan melalui nomor telepon yang tertera.



Gambar 4. Desain Banner Baru Warung Mak Gundar

Toko Parfum Vierza Amoris

Masalah pertama dan utama dari mitra adalah tidak ada nama. Sehingga tim menyarankan untuk dibuat nama toko/*brand*. Nama toko/*brand* sangat penting karena merupakan kunci pelanggan untuk mengingat produk kita. Nama *brand* yang ditawarkan adalah “*Vierza Amoris*”. Vierza adalah nama pemilik toko, sedangkan *Amoris* adalah bahasa Perancis yang berarti cinta. Bahasa Perancis dipilih karena banyak produk parfum yang berasal dari Perancis.

Selanjutnya dibuatlah logo. Logo juga penting untuk membuat pelanggan mudah mengingat produk mitra. Dan sifat logo yang sederhana bisa diimplementasikan pada stiker kemasan dibanding ditulis nama secara lengkap.

Setelah itu, baru dibuat stiker kemasan menggunakan logo toko yang sudah dibuat. Stiker dibuat bervariasi sesuai dengan ukuran botol parfum yang juga bervariasi. Beberapa revisi dilakukan untuk mendapatkan desain yang sesuai dengan kemasan botol parfum. Stiker dicetak kurang lebih 50 stiker untuk setiap botol. Stiker ini diserahkan bersamaan dengan soft file. Berikut adalah foto-foto proses pembuatan dan penyerahan stiker.



Gambar 5. Desain Stiker Toko Parfum Vierza Amoris

Coffee Shop Pemerintah Kopi

Pada *Coffee Shop Pemerintah Kopi*, pemilik sudah memiliki konsep mengenai pembuatan poster untuk ditempel pada dinding *café*. Tim kemudian membuatkan desain poster sesuai dengan permintaan dari pemilik mitra. Poster dibuat dengan sederhana tapi tetap menarik perhatian pelanggan. Tujuan utama dari adanya poster tersebut adalah agar pelanggan bisa melakukan *scan QR Code* pada poster untuk diarahkan ke *website Coffee Shop Pemerintah Kopi*. Dalam prosesnya, terdapat beberapa kali revisi mengenai ukuran *QR Code* pada poster.



Gambar 6. Desain Poster *Coffee Shop* Pemerintah Kopi



Gambar 7. Penyerahan Poster kepada Pemilik *Coffee Shop* Pemerintah Kopi

Hasil identifikasi menunjukkan bahwa setiap mitra memiliki permasalahan berbeda terkait promosi. Oleh karena itu, solusi multimedia yang diberikan juga berbeda untuk setiap mitra. Produk multimedia yang telah dibuat tidak hanya memenuhi kebutuhan fungsional, tetapi juga memperkuat branding usaha agar lebih menarik di mata konsumen.

KESIMPULAN

Para pelaku UMKM biasanya memiliki kendala dalam kegiatan usahanya. Baik dari sisi permodalan maupun teknis operasional usahanya. Salah satu permasalahan yang sering muncul adalah masalah pemasaran/pengenalan *brand*/produk. Kegiatan pengabdian yang dilakukan kali ini telah memberikan solusi yang nyata terhadap permasalahan mitra. Utamanya pada pembuatan produk multimedia, seperti stiker kemasan, *banner*, dan poster. Beberapa permasalahan yang terjadi pada kegiatan ini adalah terlalu sedikitnya stiker yang diserahkan, seperti yang terjadi pada mitra Peyek Mas Wahyu dan Toko Parfum Vierza Amoris. Hal ini dikarenakan karena keterbatasan dana pengabdian. Akan tetapi masalah ini bisa diselesaikan dengan menyerahkan *soft file* stiker agar mitra dapat mencetaknya sendiri secara mandiri.

Melalui kegiatan ini, kami juga mendapati bahwa banyak pelaku UMKM yang kurang atau tidak memiliki keterampilan dalam penggunaan produk multimedia dan sosial media untuk menunjang usaha mereka. Terutama untuk kegiatan pemasaran/pengenalan produk/*brand*. Padahal pemanfaatan produk multimedia akan membantu tingkat pengenalan produk, meningkatkan citra usaha, dan pada akhirnya akan meningkatkan jumlah penjualan. Suksesnya kegiatan ini membuat kami berencana untuk mengadakan kegiatan serupa agar dapat menjangkau lebih banyak mitra UMKM.

DAFTAR REFERENSI

- [1] S. K. R. Indonesia, "Kontribusi UMKM Dalam Perekonomian Indonesia," Sekretariat Kabinet Republik Indonesia, 23 06 2023. [Online]. Available: <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/lubuksikaping/id/data-publikasi/artikel/3134-kontribusi-umkm-dalam-perekonomianindonesia.html>. [Diakses 05 12 2024].
- [2] K. A. Cahyono, S. dan S. , "Pengembangan dan Implementasi Multimedia Interaktif Berbasis Poew Menggunakan Macromedia Flash Pada Materi Pencemaran," *JURNAL INKUIRI*, vol. 3, no. 3, 2014.
- [3] Indonesia, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil Menengah, Jakarta: Sekretariat Negara, 2008.

- [4] S. K. R. Indonesia, "Upaya Pemerintah Jaga Peran UMKM sebagai Tulang Punggung Perekonomian," 24 Agustus 2022. [Online]. Available: <https://setkab.go.id/upaya-pemerintah-jaga-peran-umkm-sebagai-tulang-punggung-perekonomian/>. [Diakses 03 Oktober 2023].
- [5] D. Hartono, Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perkembangan UMKM di Surakarta, Surakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sebelas Maret, 2008.
- [6] N. dan M. R. Ridha, "Perancangan Multimedia Iklan Bisnis Kuliner," *Jurnal Perangkat Lunak*, vol. 5, no. 2, 2023.
- [7] W. P. Setioningtyas, I. M. Bagus Dwiarta, R. B. D. Waryanto dan B. Arianto, "Pemanfaatan Multimedia Sebagai Media Promosi Destinasi Wisata Dan Produk Oleh-Oleh Desa Wisata Di Desa Kebontunggul Kecamatan Gondang Kabupaten Mojokerto," *EKOBIS ABDIMAS*, vol. 1, no. 1, 2020.
- [8] S. Supriyandi dan A. Christian, "Produksi Video Profile Sebagai Sebagai Bentuk Promosi Program Studi Penyiaran Berbasis Multimedia," *Jurnal Media Penyiaran*, vol. 1, no. 1, 2021.
- [9] W. Hidayat, "Media Visual Berbentuk Katalog Produk sebagai Media Promosi," *Journal Sensi*, vol. 2, no. 2, 2016.
- [10] D. I. I. Ulumuddin, D. P. Prabowo dan T. Haryadi, "Katalog Sebagai Media Promosi Bagi UMKM Koelon Kalie, Krobokan, Semarang," *Jurnal Desain Komunikasi Visual dan Multimedia*, vol. 2, no. 2, 2016.
- [11] A. B. Wandanaya, E. Febriyanto dan D. Iswara, "Perancangan Media Katalog Sebagai Penunjang Promosi Dan Informasi Pada PT. Citra Surya Selaras," *Mavib Jurnal*, vol. 1, no. 1, 2020.
- [12] C. Wibawa dan D. T. Anggraeni, "Desain dan Redesain Produk Multimedia untuk Menunjang Kegiatan UMKM di Kota Bekasi," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tapis Bestari*, 2023.