

Meningkatkan Daya Saing UMKM melalui Pelatihan Produksi Video Promosi di Palembang

Meiyi Darlies¹, RM Chairil Andri², Risna Oktaviati³, Revie Juniarti⁴, Safitriana Bey⁵

^{1,2,3,4,5} Politeknik Negeri Sriwijaya, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis: Meiyi Darlies

E-mail: meiyidarlies@polsri.ac.id

Abstrak

Artikel ini bertujuan untuk mendeskripsikan upaya peningkatan daya saing UMKM di Kota Palembang melalui pelatihan pembuatan video promosi. Permasalahan yang diangkat adalah rendahnya literasi digital dan keterampilan pelaku UMKM dalam memproduksi konten promosi visual secara mandiri. Untuk menjawab hal tersebut, kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dengan metode pelatihan berbasis praktik (*hands-on training*) yang dikombinasikan dengan sesi pendampingan pasca-pelatihan. Tahapan kegiatan meliputi identifikasi kebutuhan peserta, pelaksanaan pelatihan teknik produksi dan penyuntingan video menggunakan aplikasi mobile, serta pendampingan peserta untuk penyempurnaan hasil video. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan hasil pre-test dan post-test serta observasi langsung terhadap video yang dihasilkan peserta. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta terhadap teknik produksi video, kepercayaan diri untuk mempromosikan produk secara visual, serta kemampuan menggunakan alat dan aplikasi secara mandiri. Pelatihan ini terbukti efektif dalam meningkatkan kapasitas promosi digital UMKM dan dapat menjadi model pemberdayaan yang aplikatif, terjangkau, serta mudah direplikasi di wilayah lain.

Kata kunci - UMKM, video promosi, pelatihan digital, pemberdayaan, literasi digital

Abstract

This article aims to describe efforts to enhance the competitiveness of MSMEs in Palembang City through training in promotional video production. The issue addressed is the low level of digital literacy and limited skills among MSME actors in independently producing visual promotional content. To address this problem, the community service activity was carried out using a hands-on training method, combined with post-training mentoring sessions. The stages of the activity included identifying participant needs, conducting training on video production and editing techniques using the mobile application, and providing mentoring to help participants improve the quality of their videos. Evaluation was conducted by comparing the results of pre-tests and post-tests, as well as through direct observation of the videos produced by the participants. The results show a significant increase in participants' understanding of video production techniques, confidence in promoting their products visually, and their ability to use tools and applications independently. This training has proven effective in enhancing the digital promotion capacity of MSMEs and can serve as a practical, affordable, and replicable empowerment model in other regions.

Keywords - MSMEs, promotional video, digital training, empowerment, digital literacy

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran sentral dalam pembangunan ekonomi daerah, termasuk di Kota Palembang. Di tengah pertumbuhan ekonomi digital yang semakin pesat, kemampuan UMKM dalam memanfaatkan teknologi untuk memasarkan produk menjadi faktor penentu daya saing (I. Putri et al., 2023). Salah satu media digital yang kini sangat berpengaruh dalam promosi adalah video. Media seperti *Instagram*, *TikTok*, dan *Facebook Reels* menempatkan konten video sebagai sarana utama dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Namun, kenyataannya banyak pelaku UMKM di Palembang yang belum memiliki keterampilan dalam memproduksi video promosi produk secara mandiri. Minimnya kemampuan teknis, keterbatasan alat, serta rendahnya literasi digital menjadi kendala utama dalam adopsi strategi pemasaran berbasis video (Fajarino et al., 2023).

Sejumlah penelitian telah membuktikan efektivitas penggunaan video promosi dalam meningkatkan performa bisnis UMKM. Salah satu penelitian menunjukkan bahwa penggunaan video pendek dengan narasi storytelling secara signifikan mampu meningkatkan keterlibatan konsumen terhadap produk UMKM makanan (Tatasari et al., 2025). Hasil lainnya mencatat adanya peningkatan pemahaman peserta pelatihan editing video dari 35% menjadi 83%, yang menegaskan bahwa pelatihan praktis memberikan dampak langsung terhadap kemampuan promosi pelaku usaha (Wicaksana et al., 2022). Keberhasilan pelatihan menggunakan aplikasi *video editing* juga tercermin dari peningkatan keterampilan peserta dalam membuat video promosi yang layak unggah (Pujiastuti et al., 2023). Selain itu, pentingnya pelatihan yang tidak hanya bersifat teoritis tetapi juga disertai dengan pendampingan berkelanjutan turut ditegaskan dalam studi lainnya (Nuraryo et al., 2023). Dalam konteks lokal, studi di Palembang menunjukkan bahwa pelatihan konten digital berbasis praktik mampu meningkatkan keterampilan peserta hingga 37%, meskipun pelatihan tersebut masih terbatas pada satu jenis produk (I. P. Putri et al., 2024).

Meskipun demikian, terdapat beberapa celah dalam pelatihan terdahulu yang belum terisi secara optimal. Pertama, sebagian besar pelatihan yang dilaksanakan belum menekankan pada produksi video yang dapat dilakukan secara mandiri dengan alat sederhana seperti *smartphone*. Kedua, pendekatan pelatihan yang digunakan sering kali bersifat umum dan tidak mempertimbangkan konteks lokal, termasuk latar belakang teknologi, budaya promosi, dan jenis produk khas dari pelaku UMKM di Palembang. Ketiga, banyak pelatihan yang tidak menyediakan pendampingan lanjutan yang berkelanjutan, padahal proses kreatif dan teknis dalam produksi video memerlukan bimbingan yang bersifat progresif. Keempat, fokus pada satu jenis produk seperti makanan atau kerajinan belum merepresentasikan keragaman jenis UMKM yang ada.

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian ini dirancang dengan pendekatan pelatihan praktik langsung (*hands-on training*) yang memungkinkan peserta belajar melalui pengalaman. Peserta dibekali keterampilan mulai dari penulisan naskah promosi, teknik pengambilan gambar menggunakan berbagai perangkat seperti kamera digital, *video recorder* dan *smartphone*, penggunaan aplikasi *editing* gratis seperti *CapCut*, hingga strategi publikasi di *platform* media sosial. Pelatihan juga mencakup sesi pendampingan lanjutan untuk memastikan setiap peserta berhasil memproduksi dan menyebarkan video promosi produknya.

Dengan demikian, tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan daya saing UMKM di Kota Palembang melalui pelatihan produksi video promosi yang praktis, mudah diakses, dan relevan secara lokal. Melalui kegiatan ini, diharapkan pelaku UMKM dapat mengembangkan keterampilan digital secara mandiri, menciptakan konten yang menarik dan efektif, serta memperluas jangkauan pemasaran produk mereka di era digital.

METODE

Kegiatan pengabdian ini menerapkan metodologi pelatihan berbasis praktik (*hands-on training*) yang dipadu dengan pendampingan berkelanjutan, mengikuti model yang telah terbukti efektif dalam program serupa. Pelatihan dilakukan secara tatap muka, agar peserta dapat langsung mempraktikkan

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license



teknik pembuatan dan pengeditan video di bawah supervisi fasilitator—audiens dilibatkan secara partisipatif sejak awal dalam setiap sesi pelatihan. Pendekatan kombinasi pelatihan dan pendampingan ini telah diadopsi dalam kegiatan serupa, seperti pada pelaksanaan pembuatan konten digital promosi UMKM yang melaporkan peningkatan pemahaman dan kemampuan produksi konten setelah diterapkannya metode ini (Wahyono & Setyawan, 2024).

Sementara itu, studi di Cirebon menunjukkan bahwa pelatihan video editing dengan pendekatan partisipatif berhasil meningkatkan keterampilan mandiri peserta hingga 85%, memperkuat landasan bahwa metode ini efektif dalam memberdayakan pelaku UMKM (Dikananda et al., 2024). Selain itu, pendampingan berkelanjutan, menjadi elemen kunci untuk memastikan implementasi keterampilan digital berjalan optimal, menjadikan suatu kombinasi edukatif dan suportif yang komprehensif. Metode ini diharapkan dapat menghasilkan peningkatan keterampilan produksi video promosi secara nyata dan mandiri di kalangan UMKM Kota Palembang.

Tahapan pelaksanaan kegiatan ini dibagi menjadi empat tahap utama, yaitu:

1. **Persiapan dan Identifikasi Kebutuhan**

Tahap awal meliputi koordinasi dengan mitra UMKM, pengumpulan data awal terkait tingkat literasi digital peserta, jenis produk yang dipasarkan, dan platform media sosial yang digunakan. Kegiatan ini bertujuan untuk memetakan kebutuhan peserta dan menyesuaikan materi pelatihan dengan kondisi nyata di lapangan. Selain itu, dilakukan pula penyusunan modul pelatihan dan penyiapan perangkat pendukung seperti video contoh, materi presentasi, dan aplikasi editing video berbasis *smartphone*.

2. **Pelaksanaan Pelatihan**

Pelatihan dilaksanakan selama satu hari dengan dua sesi, yaitu sesi teori dan praktik. Sesi pertama difokuskan pada pengenalan dasar-dasar video promosi, elemen *storytelling* produk, teknik pengambilan gambar menggunakan *smartphone*, serta prinsip dasar visual branding. Sesi kedua berisi praktik langsung pengambilan gambar produk peserta, editing video menggunakan aplikasi mobile, hingga proses ekspor dan unggah ke media sosial. Setiap peserta didorong membuat satu video pendek berdurasi 30–60 detik sebagai produk akhir pelatihan.

3. **Pendampingan dan Konsultasi Lanjutan**

Setelah pelatihan selesai, dilakukan sesi pendampingan selama satu minggu melalui grup komunikasi *online* (*WhatsApp Group*), di mana peserta dapat mengajukan pertanyaan, meminta masukan terhadap video yang mereka buat, serta berdiskusi dengan tim pengabdian. Pendampingan ini bertujuan untuk memastikan implementasi keterampilan yang telah diajarkan serta membantu peserta menghadapi kendala teknis secara langsung.

4. **Evaluasi dan Tindak Lanjut**

Evaluasi dilakukan melalui kuesioner untuk menilai peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta sebelum dan sesudah pelatihan. Selain itu, dilakukan analisis terhadap hasil video promosi yang dibuat peserta sebagai bentuk output yang dapat diukur secara kualitatif. Data dari evaluasi ini digunakan untuk merancang rekomendasi pelatihan lanjutan atau pengembangan modul yang lebih luas di masa depan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan pembuatan video promosi bagi pelaku UMKM di Kota Palembang dilaksanakan secara tatap muka, diikuti oleh 25 peserta dari berbagai jenis usaha, seperti kuliner, kerajinan, dan busana. Sebagian besar peserta berasal dari segmen UMKM mikro yang belum pernah memproduksi video promosi secara mandiri sebelumnya. Berdasarkan hasil kuesioner awal, sekitar 72% peserta mengaku belum memahami teknik dasar pembuatan video, dan 68% belum pernah menggunakan aplikasi editing video di perangkat *smartphone* mereka. Hal ini mengonfirmasi temuan Fajarino et al. (2023) yang menyatakan bahwa pelaku UMKM di Palembang masih memiliki keterbatasan dalam hal literasi dan keterampilan digital.

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

Pada sesi pertama pelatihan, peserta dikenalkan pada konsep dasar *visual branding*, elemen *storytelling* dalam promosi produk, teknik pengambilan gambar menggunakan kamera digital, *video recorder* dan *smartphone*, serta praktik dasar pengambilan *footage*. Antusiasme peserta terlihat tinggi ketika diberi kesempatan untuk langsung mempraktikkan teknik yang diajarkan dengan produk mereka sendiri. Sesi kedua berfokus pada proses penyuntingan menggunakan aplikasi *CapCut*. Peserta diajarkan cara memotong klip, menambahkan transisi, memasukkan teks dan musik latar, serta mengekspor video ke format yang dapat diunggah ke media sosial. Di akhir pelatihan, masing-masing peserta berhasil memproduksi satu video pendek berdurasi 30–60 detik.



Gambar 1.

Peserta mempelajari dasar penggunaan perangkat kamera



Gambar 2.

Peserta mengambil video produk menggunakan *smartphone*

Hasil evaluasi akhir menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta terhadap materi yang diberikan. Dari kuesioner pasca-pelatihan, sebanyak 92% peserta telah berhasil memahami teknik dasar pembuatan video promosi sendiri, dan 84% peserta menyatakan akan langsung mengunggah video mereka ke media sosial usaha. Dari sisi kualitas, video yang dihasilkan menunjukkan kemajuan dalam hal *framing*, pencahayaan, dan narasi produk. Meskipun masih terdapat kekurangan teknis minor seperti kestabilan gambar dan pemilihan musik, secara umum hasil karya peserta menunjukkan potensi yang baik untuk dikembangkan lebih lanjut.

Tabel 1.
Hasil evaluasi peserta

No	Indikator Evaluasi	Sebelum Pelatihan (%)	Setelah Pelatihan (%)
1	Memahami teknik dasar pembuatan video	28%	92%
2	Pernah menggunakan aplikasi editing video di smartphone	12%	100%
3	Percaya diri membuat video promosi secara mandiri	16%	92%
4	Bersedia mengunggah video promosi ke media sosial	24%	84%
5	Mampu menyusun narasi sederhana untuk promosi produk	20%	88%
6	Menunjukkan kualitas <i>framing</i> dan pencahayaan yang baik	-	80% (berdasarkan penilaian fasilitator)

Pembahasan dari kegiatan ini menunjukkan bahwa pelatihan berbasis praktik langsung yang dikombinasikan dengan pendekatan kontekstual terhadap jenis produk UMKM memberikan dampak positif dalam meningkatkan keterampilan promosi digital. Hal ini mendukung temuan Pujiastuti et al. (2024) yang menyatakan bahwa penggunaan aplikasi *mobile editing* seperti *CapCut* dapat mempermudah pelaku usaha mikro dalam memproduksi video promosi secara mandiri. Selain itu, keberhasilan pelatihan ini juga diperkuat oleh model pendampingan yang dilakukan melalui komunikasi *online* setelah pelatihan. Peserta dapat mengonsultasikan revisi video mereka, bertanya soal kendala teknis, serta memperoleh umpan balik dari tim fasilitator. Model ini sejalan dengan rekomendasi Nuraryo et al. (2023), yang menekankan pentingnya pendampingan pasca pelatihan untuk memastikan transformasi keterampilan tidak berhenti pada sesi tatap muka.

Secara keseluruhan, pelatihan ini tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis peserta, tetapi juga mendorong perubahan sikap terhadap pentingnya promosi visual dalam bisnis mereka. Sebagian peserta bahkan menyatakan minat untuk mengikuti pelatihan lanjutan yang membahas strategi konten media sosial secara lebih mendalam. Ini mengindikasikan bahwa peningkatan daya saing UMKM tidak hanya bergantung pada kualitas produk, tetapi juga pada kemampuan pelaku usaha dalam mengomunikasikan nilai produk tersebut secara menarik kepada pasar. Dengan demikian, pelatihan pembuatan video promosi seperti ini menjadi langkah strategis yang perlu dilanjutkan dan diperluas cakupannya.

KESIMPULAN

Pelatihan pembuatan video promosi bagi pelaku UMKM di Kota Palembang terbukti efektif dalam meningkatkan keterampilan digital peserta, khususnya dalam memproduksi konten visual promosi secara mandiri. Pendekatan praktik langsung dan pendampingan berkelanjutan mendorong peningkatan pemahaman teknis, kepercayaan diri, serta kesadaran akan pentingnya promosi digital. Kegiatan ini menunjukkan bahwa dengan metode yang tepat, pelaku UMKM dapat diberdayakan untuk meningkatkan daya saing produk melalui media promosi yang kreatif dan mudah diakses.

Ke depan, kegiatan serupa disarankan untuk diperluas baik dari sisi jumlah peserta maupun materi, dengan menambahkan topik seperti strategi konten, distribusi digital, dan penguatan merek agar promosi produk UMKM dapat lebih optimal dan berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang terlibat, terutama kepada seluruh mitra UMKM di Kota Palembang yang telah berpartisipasi aktif dalam kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Dikananda, A. R., Hakim, B. N., Rochmah, A. N., & Saputra, M. A. (2024). Peningkatan Keterampilan Digital Pemuda Dan Pelaku UMKM Kota Cirebon Melalui Pelatihan Video Editing. *AMMA : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2). <https://journal.mediapublikasi.id/index.php/amma>
- Fajarino, A., Lisanty, N., & Hamidah, E. (2023). Edukasi Literasi Digital terhadap Pelaku UMKM Makanan Khas di Kota Palembang. *JATIMAS: Jurnal Pertanian Dan Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 1–11.
- Nuraryo, I., Meisyaroh, S., & Suatmi, B. D. (2023). Pelatihan Strategi Merancang Video Iklan Promosi Produk UMKM dalam Media Sosial. *Jurnal Abdimas: Sosial, Bisnis, Dan Lingkungan*, 1(1), 40–47. <https://doi.org/10.46806/abdimas.v1i1.1076>
- Pujiastuti, N. S., Ayu, K., & Syamsiah, S. (2023). Peningkatan Kompetensi Digital Marketing UKM Melalui Pelatihan Video Promosi Untuk Komunitas UKM Kelurahan Pandean Lamper Kota Semarang. *Perigel: Jurnal Penyuluhan Masyarakat Indonesia*, 2(4), 16–28. <https://doi.org/10.56444/perigel.v2i4.1241>
- Putri, I., Mulyadi, A. I., Fajarini, S. D., & Eriyansyah, R. (2023). TRANSFORMASI DIGITAL UMKM KOTA PALEMBANG. *JIKOBA (Jurnal Ilmu Komunikasi Balayudha)*, 3(1).
- Putri, I. P., Cahyani, S., & Permatasari, I. (2024). Pendampingan Pelatihan Digital Marketing pada Usaha Donat Rumahan Mama Nia dengan Memanfaatkan Media Sosial TikTok. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 8(3), 382–389. <https://doi.org/10.36982/jam.v8i3.4706>
- Tatasari, T., Purnomo, S., & Dewa, A. K. (2025). Pemanfaatan Konten Digital Berbasis Video Pendek untuk Meningkatkan Engagement pada UMKM Makanan di Media Sosial. *Social Sciences Journal (SSJ)*, 3(2), 20–32.
- Wahyono, T., & Setyawan, M. (2024). Pelatihan Dan Pendampingan Pembuatan Konten Digital Untuk Peningkatan Promosi Produk UMKM. *E-Amal Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 1605–1614. <https://doi.org/10.47492/eamal.v4i3.3649>
- Wicaksana, D. A., Asmiatun, S., & Winarti, T. (2022). Peningkatan Kemampuan Editing Video Untuk Promosi UMKM Kampung Jawi Sukorejo Semarang. *Abdifomatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*, 2(2), 80–86. <https://doi.org/10.25008/abdifomatika.v2i2.164>