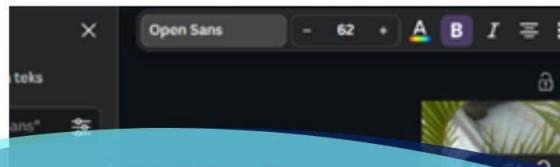




PELATIHAN PENINGKATAN KUALITAS PROMOSI PRODUK MELALUI MEDIA FOTO PRODUK DAN PEMBUATAN KONTEN PADA UMKM DI KELURAHAN PENJARINGAN SARI KOTA SURABAYA



MODUL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

PELATIHAN PENINGKATAN KUALITAS PROMOSI PRODUK MELALUI MEDIA FOTO PRODUK DAN PEMBUATAN KONTEN PADA UMKM DI KELURAHAN PENJARINGAN SARI KOTA SURABAYA



Oleh:

ROZIANA FEBRIANITA, S.Sos, M.A

NIDN. 17219820211048

Mochammad Farhan	22014010048
Dewi Rahma Aprilia	22041010107
Fristya Aditya Meilinda	22071010029
Hanif Ilham Abdurrohman	21032010201
Nanda Siti Widyasari	22043010209
Fikri Edriko	22032010111
Laila Fitriani	22014010017
Syahwilah Adira Hilda	22025010034
Akash Kanzul Arsy	22071010236
Shaka Satria	22043010323

KELOMPOK 78 KKNT MBKM

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

JAWA TIMUR

SURABAYA

2025



HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul Modul : Pelatihan Peningkatan Kualitas Promosi Produk Melalui Melalui Media Foto dan Pembuatan Konten Pada UMKM di Kelurahan Penjaringan Sari Kota Surabaya
2. Pemanfaatan Ipteks : Pemanfaatan aplikasi CapCut untuk digitalisasi promosi produk UMKM
3. Nama Dosen Pembimbing Lapangan
 - a. Nama Lengkap : Roziana Febrianita, S.Sos., M.A.
 - b. NIDN : 17219820211048
 - c. Jabatan Fungsional : Asisten Ahli
 - d. Program Studi : Ilmu Komunikasi
 - e. Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
 - f. ID Sinta/ /ID G-Scholar : 6649301 / <https://scholar.google.com/citations?user=SBi9rZ8AAAAJ&hl=id&oi=ao>
 - g. Nomor HP : 082139597434
 - h. Alamat e-mail : roziana.ilkom@upnjatim.ac.id
 - i. Perguruan Tinggi : UPN "Veteran" Jawa Timur
4. Lokasi Kegiatan : Kelurahan Penjaringan Sari
5. Anggota :
 1. Nama : Mochammad Farhan
NPM : 22014010048
Prodi : Kewirausahaan
 2. Nama : Dewi Rahma Aprilia
NPM : 22041010107
Prodi : Administrasi Publik
 3. Nama : Fristya Aditya Meilinda
NPM : 22071010029
Prodi : Hukum
 4. Nama : Hanif Ilham Abdurrohman

- | | | |
|-----|-------|-------------------------|
| | NPM | 21032010201 |
| | Prodi | : Teknik Mesin |
| 5. | Nama | : Nanda Siti Widyasari |
| | NPM | 22043010209 |
| | Prodi | : Ilmu Komunikasi |
| 6. | Nama | : Fikri Edriko |
| | NPM | 22032010111 |
| | Prodi | : Teknik Industri |
| 7. | Nama | : Laila Fitriani |
| | NPM | 22025010034 |
| | Prodi | : Kewirausahaan |
| 8. | Nama | : Syahwilah Adira Hilda |
| | NPM | 22025010034 |
| | Prodi | : Agroteknologi |
| 9. | Nama | : Akasah Kanzul Arsy |
| | NPM | 22071010236 |
| | Prodi | : Hukum |
| 10. | Nama | : Shaka Satria |
| | NPM | 22043010323 |
| | Prodi | : Ilmu Komunikasi |

Surabaya, 25 Juli 2025

Menyetujui DPL



Roziana Febrianita, S.Sos., M.A
NPT. 17219820211048

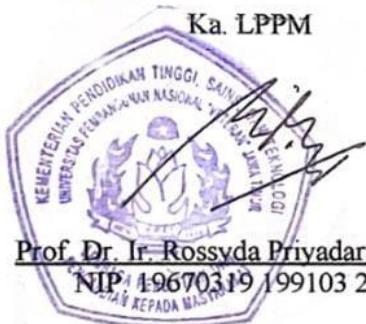
Ketua Kelompok,



Mukhamad Zakaria
NPM. 22025010022

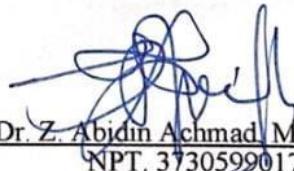
Mengetahui,

Ka. LPPM



Prof. Dr. Ir. Rosyda Priyadarshini, MP.
NIP. 19670319 199103 2 00 1

Kapusdimas dan KKN



Dr. Z. Abidin Achmad, M.Si., M.Ed.
NPT. 373059901701



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan hidayah dan rahmat yang telah diberikanNya, sehingga penulis diberikan kesempatan, Kesehatan, dan kekuatan untuk melaksanakan kegiatan KKN Tematik SDGs yang dilakukan di Kelurahan Penjaringan Sari serta menyelesaikan luaran berupa modul sesuai dengan yang telah diperoleh selama kegiatan ini berlangsung.

Laporan akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program KKN Tematik SDGs dan merupakan bagian dari luaran kegiatan. Judul Modul ini disusun berdasarkan hasil survei, koordinasi, dan Focus Group Discussion (FGD). Tujuan dari pembuatan modul ini adalah untuk membantu UMKM yang ada pada wilayah Kelurahan Penjaringan Sari dalam meningkatkan kualitas digitalisasi promosi produk melalui media foto produk dan pembuatan konten. Penulisan serta penyusunan modul ini dibuat setelah penulis melaksanakan kegiatan KKN Tematik SDGs Tahun 2025.

Penulis menyadari bahwa banyak pihak telah memberikan dukungan dalam penyusunan laporan ini. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT.,IPU., selaku Rektor
2. Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Ir. Rossyda Priyadharsini, M.P. selaku kepala LPPMUPN “Veteran” Jawa Timur,
4. Ibu Fonnyta Herfianti, SKM, selaku Lurah Penjaringan Sari serta seluruh perangkat pemerintah yang terlibat,



5. Seluruh pihak yang terkait dalam membantu penyusunan modul ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan laporan akhir ini masih memiliki banyak kekurangan, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Akhir kata, penulis berharap laporan akhir ini bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, 25 Juli 2025

Roziana Febrianita, S.Sos., M.A.



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Lingkup Sasaran Utama	4
1.3 Tujuan.....	5
1.4 Manfaat.....	5
2. PELAKSANAAN KEGIATAN.....	6
2.1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan	6
2.2 Jenis Kegiatan.....	7
2.3 Metode Pelaksanaan Untuk UMKM.....	8
2.4 Susunan Acara dan Pemateri	9
2.5 Kelompok Sasaran	10
2.6 Denah Lokasi Pelaksanaan	11
3. HASIL DAN PEMBAHASAN	12
3.1 Pentingnya Digitalisasi Promosi Produk UMKM	12
3.2 Teknik Dasar Fotografi Produk Menggunakan Smartphone.....	13
3.3 Pemanfaatan Aplikasi Edit Foto Sederhana.....	15
3.4 Strategi Pembuatan Konten Menarik untuk Media Sosial.....	19

3.5 Pemanfaatan Aplikasi Pembuatan Konten.....	20
3.6 Hasil Pelatihan dan Pendampingan UMKM RW 03	25
3.7 Hasil Redesain dan Desain Foto Promosi Produk.....	34
4. PENUTUP	35
4.1 Kesimpulan	35
4.2 Saran	35
DAFTAR PUSTAKA.....	37
LAMPIRAN	38

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Lokasi Pelaksanaan Kegiatan	12
Gambar 2. Contoh Hasil Foto UMKM.....	15
Gambar 3. Pengaturan pencahayaan pada Canva.....	16
Gambar 4. Pemangkasan gambar pada Canva	16
Gambar 5. Penambahan teks pada Canva	17
Gambar 6. Penghapusan background pada Canva.....	18
Gambar 7. Poster Usaha Digital.....	20
Gambar 8. Pencarian Google Playstore.....	22
Gambar 9. Tampilan Canva di Google Playstore	22
Gambar 10. Login Aplikasi	23
Gambar 11. Unggah Foto Produk	23
Gambar 12. Elemen di Canva	24
Gambar 13. Penyesuaian Font Canva.....	24
Gambar 14. Unduh berkas di Canva	25
Gambar 15. . Instalasi CapCut	26
Gambar 16. Beranda CapCut	27
Gambar 17. Penambahan Klip di CapCut	27
Gambar 18. . Pencarian Sound di CapCut.....	28
Gambar 19. Penambahan Teks pada CapCut	29
Gambar 20. Proses Ekspor File di CapCut.....	30
Gambar 21. Kegiatan Pelatihan ke UMKM	32
Gambar 22. Kegiatan Pedampingan ke UMKM	33
Gambar 23. Hasil Desain Foto Promosi Produk.....	34



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Susunan Acara dan Pemateri..... 10



PELATIHAN PENINGKATAN KUALITAS PROMOSI PRODUK MELALUI MEDIA FOTO PRODUK DAN PEMBUATAN KONTEN PADA UMKM DI KELURAHAN PENJARINGAN SARI KOTA SURABAYA

Roziana Febrianita, Mochammad Farhan, Dewi Rahma Aprilia,
Fristya Aditya Melinda, Hanif Ilham Abdurrohman, Nanda Siti
Widyasari, Fikri Edriko, Laila Fitriani, Syahvilah Adira Hilda,
Akasah Kanzul Arsy, Shaka Satria

e-mail: roziana.ilkom@upnjatim.ac.id

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan pasar yang semakin ketat dan konsumen yang lebih mudah mendapatkan akses ke banyak produk merupakan tantangan yang dihadapi pada era globalisasi dan kemajuan teknologi informasi. Dalam konteks ini, branding UMKM melalui logo dan banner memiliki peran yang sangat penting dalam membangun citra dan identitas produk, mengkomunikasikan nilai-nilai dan mempengaruhi persepsi konsumen terhadap produk dan merek tertentu. Branding produk adalah strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk membedakan diri dari pesaing dan membangun kesadaran produk atau *brand awareness*, serta mengenalkan merek kepada konsumen. Branding melibatkan pembentukan identitas yang untuk, mengembangkan nilai-nilai merek, dan mengelola citra yang diinginkan. Branding yang efektif dapat menciptakan hubungan emosional antara konsumen dan

merek sehingga mempengaruhi keputusan mereka untuk membeli.

Salah satu upaya yang bisa dilakukan adalah dengan melakukan pemasaran agar pelaku UMKM dapat meningkatkan penjualan, memperluas jangkauan pasar dan membangun brand awareness. Pemasaran digital adalah salah satu media pemasaran yang saat ini sedang banyak diterapkan untuk mendukung pemasaran produk. Pemasaran digital saat ini menggantikan model pemasaran konvensional. Pemasaran secara konvensional membuat usaha dalam meningkatkan pemasaran akan terasa sulit berkembang menjadi usaha yang lebih besar. Beberapa kendala dalam menerapkan pemasaran konvensional adalah biaya yang lebih mahal, sulitnya mengukur hasil pemasaran tersebut, membutuhkan bantuan dari pihak luar, dan hanya satu arah. Oleh karena itu, banyak pelaku usaha mulai beralih ke pemasaran digital yang lebih efisien dan terukur. Pemasaran digital memungkinkan pelaku UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang lebih terjangkau serta mendapatkan umpan balik langsung dari konsumen.

Trend digital marketing menjadi peluang bagi UMKM untuk menghadapi era industri 4.0. Beberapa media atau platform yang bisa digunakan adalah situs web, Facebook, Instagram, Twitter, Tiktok, serta Youtube. Saluran media digital ini memungkinkan pelaku UMKM untuk berkomunikasi dan bertransaksi secara real time dengan pelanggan. Visualisasi produk dalam bentuk foto dan video memegang peran yang penting agar promosi digital tersebut efektif. Visual yang tercipta diharapkan menjadi

sarana penyampaian informasi atau pesan yang jelas. Konsumen cenderung tertarik dan mengambil keputusan pembelian berdasarkan apa yang mereka lihat terlebih dahulu bahkan sebelum membaca deskripsi produk. Oleh karena itu, UMKM dapat meningkatkan daya tarik dan membangun kepercayaan konsumen dengan menampilkan visualisasi produk yang menarik. Penguasaan teknik pembuatan foto dan konten digital menjadi keterampilan yang perlu dimiliki oleh pelaku usaha kecil dan menengah di era digital ini. Banyak pelaku UMKM yang belum memiliki keterampilan dasar dalam fotografi dan pembuatan konten digital. Kurangnya pemahaman

terkait dengan teknik pengambilan gambar, pengaturan pencahayaan dan penyusunan komposisi visual menjadi kendala dalam menghasilkan konten promosi. Kesalahan yang biasanya dilakukan adalah pencahayaan yang terlalu redup, latar belakang dan sudut pengambilan gambar yang tidak memperlihatkan keunggulan produk dengan jelas. Selain itu, beberapa pelaku UMKM masih memiliki kesadaran yang rendah bahwa konten visual berperan besar dalam membentuk persepsi konsumen. Kendala lainnya adalah anggapan bahwa konten visual yang berkualitas hanya dihasilkan dengan peralatan yang profesional. Padahal konten yang menarik dan profesional dapat dibuat hanya dengan menggunakan smartphone mereka sendiri dan peralatan yang ada di rumah, contohnya adalah mengubah kardus bekas menjadi mini studio sederhana. Edukasi dan pendampingan pembuatan konten digital kepada UMKM

adalah hal penting agar UMKM dapat memproduksi konten visual berkualitas dengan sumber daya yang dimiliki.

Sebagai upaya untuk menyelesaikan beberapa kendala yang ada pada paragraf sebelumnya, Kelompok 78 KKN Tematik SDGs Tahun 2025 menawarkan pelatihan dan pendampingan yang dapat dilakukan oleh pelaku UMKM pada Kelurahan Penjaringan Sari. Pelatihan tersebut mencakup adalah teknik dasar pembuatan video pendek dengan sumber daya yang mereka miliki dengan memanfaatkan pencahayaan alami, memilih sudut pengambilan gambar yang tepat agar produk terlihat lebih profesional. Pelaku UMKM juga diperkenalkan dengan berbagai aplikasi gratis seperti Capcut untuk proses edit

video pendek yang dapat dioperasikan melalui ponsel. Dengan penguasaan keterampilan dasar visualisasi dan pemasaran digital, UMKM diharapkan mampu meningkatkan daya saing produk dan memperluas jangkauan pemasaran. Pelatihan dan pendampingan pembuatan foto serta konten video ini diharapkan dapat mendukung proses digitalisasi UMKM untuk menciptakan usaha yang lebih adaptif dengan perkembangan zaman.

1.2 Lingkup Sasaran Utama

Kegiatan KKN Tematik SDGs ini merupakan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh kelompok yang bertujuan untuk memberikan manfaat dan memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat Kelurahan Penjaringan Sari. Dalam hal ini, bentuk kegiatan pengabdian masyarakatnyadalah penyuluhan, pelatihan dan pendampingan pada UMKM

Kelurahan Penjaringan Sari. Kegiatan ini bertujuan untuk membantu dan mendukung UMKM pada Kelurahan Penjaringan Sari. Fokus kegiatan pada pengembangan ekonomi kreatif untuk UMKM RW 03 Berdasarkan analisis kebutuhan yang didasarkan pada pemetaan.

Modul ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan pelaku usaha UMKM di wilayah Kelurahan Penjaringan Sari khususnya pada pembuatan konten digital untuk media promosi. Diharapkan melalui program ini para pelaku usaha dapat memaksimalkan dan mampu menjadi peluang dalam memperluas pengenalan produk ke konsumen.

1.3 Tujuan

Tujuan dari kegiatan ini adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan identifikasi masalah yang ada pada UMKM Penjaringan Sari khususnya dalam hal visualisasi produk dan menemukan solusi.
- b. Memberikan pelatihan pembuatan foto dan konten digital.
- c. Melakukan penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan kepada pihak UMKM yang ada pada Kelurahan Penjaringan Sari.

1.4 Manfaat

- d. Bagi mahasiswa:
 1. Memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk memberikan kontribusi langsung kepada masyarakat.
 2. Mendukung program universitas dengan melaksanakan kegiatan pembelajaran di luar kampus

melalui KKN Tematik.

e. Bagi masyarakat dan pemerintah:

1. Meningkatkan wawasan masyarakat dalam melakukan promosi digital melalui foto produk dan konten digital.
2. Memberikan dampak peningkatan ekonomi kepada masyarakat dan pelaku UMKM.
3. Mendukung upaya pemerintah dalam program membangun desa dengan teknologi pada UMKM.

2. PELAKSANAAN KEGIATAN

2.1 Waktu dan Tempat Pelaksanan

Kegiatan digitalisasi promosi produk UMKM melalui media foto produk dan pembuatan konten dilaksanakan di RW 03 Kelurahan Penjaringan Sari, Kota Surabaya. Pelaksanaan dilakukan secara offline yang dilakukan dengan mendatangi kelompok UMKM yang telah didata untuk verifikasi kebutuhan dan permasalahan yang ada pada UMKM. Hal ini karena menyesuaikan kebutuhan dan diskusi tentang kebutuhan UMKM. Kegiatan ini berlangsung secara offline selama tanggal 9 – 19 Juli 2025. Seluruh kegiatan dilakukan secara offline dengan pendekatan langsung kepada pelaku UMKM. Pendekatan ini dilakukan supaya dapat memahami kondisi riil di lapangan, serta mengidentifikasi kendala yang dihadapi pelaku UMKM terkait dengan promosi produk secara digital. Pendampingan dilakukan dengan membagi peserta ke dalam beberapa kelompok berdasarkan jenis produk agar pelatihan lebih terarah, efektif, dan sesuai kebutuhan masing-masing

UMKM. Tahapan yang dilakukan adalah penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan. Tahap penyuluhan dilakukan dengan mengenalkan para pelaku UMKM dengan dasar-dasar membuat video promosi seperti penggunaan elemen visual, audio, dan pembuatan narasi dan tagline yang menarik. Pada tahap pelatihan, pelaku UMKM diajarkan dasar-dasar untuk membuat alur video promosi dan kemudian melakukan praktik langsung pada aplikasi CapCut. Tahapan terakhir adalah pendampingan agar pelaku UMKM dapat melanjutkan sendiri setelah program ini selesai.

2.2 Jenis Kegiatan

Kegiatan ini mengusung tema “Peningkatan Kualitas Digitalisasi Promosi Produk UMKM di Kelurahan Penjaringan Sari melalui Media Foto Produk dan Pembuatan Konten”. Kegiatan yang ditujukan bagi pelaku UMKM di RW 03 memiliki tujuan yakni meningkatkan keterampilan promosi digital yang efektif melalui penggunaan media visual seperti foto produk berkualitas dan konten promosi yang menarik. Dalam era digital saat ini, pelaku UMKM tidak cukup hanya berjualan secara langsung, tetapi juga harus mampu memanfaatkan media sosial dan platform digital lainnya sebagai sarana pemasaran.

Promosi yang baik akan sangat dipengaruhi oleh visualisasi produk dan narasi konten yang disampaikan. Selanjutnya, kegiatan terdiri dari tiga tahapan utama, yaitu: penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan. Selama pelatihan, peserta akan diberikan pemahaman dan praktik tentang teknik dasar fotografi produk dengan alat sederhana (seperti kamera HP), pencahayaan yang tepat, dan latar

belakang yang mendukung tampilan produk. Selain itu, peserta juga dilatih membuat konten promosi (teks dan visual) menggunakan aplikasi gratis seperti Canva dan CapCut, yang mudah diakses dan digunakan oleh pelaku UMKM. Pelaku UMKM pun juga diperkenalkan pada prinsip dasar branding digital, storytelling produk, serta cara mengoptimalkan postingan di media sosial agar menjangkau lebih banyak konsumen.

Melalui kegiatan ini, diharapkan para pelaku UMKM di RW 03 Kelurahan Penjaringan Sari mampu menerapkan keterampilan digital dalam mempromosikan produk mereka secara mandiri, kreatif, dan menarik, sehingga dapat mendukung pertumbuhan ekonomi berbasis digital dan memperkuat daya saing UMKM di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif.

2.3 Metode Pelaksanaan Untuk UMKM

Dalam pelaksanaan kegiatan pembuatan foto promosi dan video digital untuk usaha UMKM, terdapat beberapa tahapan yang saling berkaitan. Tahapan pertama yaitu penyuluhan yang berfokus pada pentingnya foto dan video sebagai media promosi visual yang efektif dalam memperkenalkan produk dan membangun citra usaha. Pada tahap ini, pelaku usaha dikenalkan dengan materi dasar seperti teknik pengambilan gambar yang baik, komposisi visual, pencahayaan, hingga sudut pengambilan gambar yang tepat. Selain itu, pelatihan juga mencakup pemahaman dasar mengenai pembuatan video promosi, seperti penentuan alur cerita (storyboard), durasi yang ideal, pemilihan musik latar,



serta penggunaan aplikasi sederhana untuk proses editing agar hasil konten menjadi lebih menarik dan profesional.

Pada tahapan kedua, kegiatan difokuskan pada pemetaan kebutuhan mitra serta pelatihan pembuatan foto promosi dan video digital. Materi dan teknik yang diberikan disesuaikan dengan kebutuhan promosi mitra, seperti jenis produk yang ingin ditonjolkan, gaya visual yang diinginkan, serta platform digital yang akan digunakan untuk mempublikasikan konten. Pelatihan ini dilakukan secara sederhana dengan memanfaatkan aplikasi gratis seperti Canva dan CapCut, yang mudah diakses dan digunakan oleh pelaku usaha.

Tahap pendampingan merupakan tahapan terakhir dalam hal ini, setelah pelaku usaha mendapatkan ilmu dan praktek secara langsung. Kelompok KKN yang terbagi menjadi beberapa tim yang mendampingi UMKM akan mengawasi dan mengetahui kendala UMKM dalam pembuatan desain. Hal ini dilakukan agar terjadi keberlanjutan program setelah adanya KKN ini.

2.4 Susunan Acara dan Pemateri

No.	Waktu Kegiatan	Kegiatan
1.	9 Juli 2025	Penyuluhan tentang umkm dengan tema kegiatan “Belajar Bareng UMKM: Bikin Usaha Makin Menarik & Jualan Lebih Mudah Lewat Digital”

2.	10 – 15 Juli 2025	<p>Melakukan Pelatihan lapangan dan pembuatan konten secara langsung kepada pelaku usaha di lokasi masing-masing.</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Konsultasi & pemetaan kebutuhan promosi b. Pelatihan teknik foto produk (pencahayaan, background, <i>angle</i>) c. Pengenalan dan praktik penggunaan aplikasi Canva dan CapCut
2.	16 – 23 Juli 2025	<p>Pendampingan implementasi promosi digital oleh masing-masing pelaku UMKM.</p>

Tabel 1. Susunan Acara dan Pemateri

2.5 Kelompok Sasaran

Sasaran utama dalam kegiatan ini adalah para pelaku UMKM di RW 03 Kelurahan Penjaringan Sari, Kota Surabaya. Adapun kelompok sasaran terdiri dari UMKM yang belum memiliki media promosi visual seperti foto produk berkualitas, konten promosi di media sosial, maupun narasi produk yang menarik, serta UMKM yang sudah mencoba melakukan promosi namun belum memahami kaidah digital marketing yang baik. Berdasarkan hasil pemetaan dan observasi lapangan, terdapat beberapa UMKM



yang menunjukkan kebutuhan kuat terhadap pelatihan ini. Berikut adalah beberapa UMKM yang menjadi fokus pendampingan:

- A. Ubi Cilembu Bu Enik
- B. Buttermilk by Ayu

2.6 Denah Lokasi Pelaksanaan

Kegiatan peningkatan kualitas digitalisasi promosi produk UMKM melalui media foto produk dan pembuatan konten dilaksanakan secara langsung (offline) di wilayah RW 03 Kelurahan Penjaringan Sari, Kota Surabaya. Kegiatan ini berlangsung mulai tanggal 9 hingga 19 Juli 2025, dengan lokasi pelaksanaan berdasarkan pemetaan lokasi usaha masing-masing pelaku UMKM. Kegiatan penyuluhan awal dipusatkan di Balai RW 03, yang merupakan titik kumpul utama dan tempat strategis untuk menjangkau para pelaku UMKM secara kolektif. Setelah kegiatan penyuluhan, proses pelatihan dan pendampingan dilakukan dengan mendatangi langsung lokasi usaha UMKM. Setiap pelaku UMKM didatangi secara bergiliran oleh tim pelaksana untuk melakukan pelatihan fotografi produk, pembuatan konten promosi, serta konsultasi penggunaan aplikasi desain. UMKM dibagi ke dalam beberapa kelompok kecil berdasarkan jenis usaha dan tingkat kesiapan digital, agar pendampingan lebih terfokus dan sesuai kebutuhan masing-masing. Pendekatan ini dilakukan agar para pelaku UMKM dapat lebih leluasa dalam mengungkapkan tantangan dan kendala yang dihadapi dalam promosi produk mereka. Dengan demikian, pelatihan menjadi lebih tepat sasaran, praktis, dan langsung bisa

diterapkan oleh masing-masing pelaku usaha di tempat usahanya sendiri.



Gambar 1. Lokasi Pelaksanaan Kegiatan

(Sumber : *Google Maps*)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Pentingnya Digitalisasi Promosi Produk UMKM

Visual promosi memiliki peranan yang sangat penting dalam menarik perhatian konsumen sekaligus memperkuat identitas sebuah usaha. Bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), visual promosi tidak hanya berfungsi sebagai penarik minat pembeli, tetapi juga mampu meningkatkan citra profesionalisme, membangun kepercayaan konsumen, serta mempengaruhi keputusan pembelian. Begitupun elemen visual seperti foto produk, desain banner, hingga logo memiliki kontribusi besar dalam membentuk persepsi konsumen terhadap kualitas dan kredibilitas suatu usaha. Oleh karena itu, pelatihan desain visual menjadi salah satu bentuk intervensi yang relevan

untuk mendukung peningkatan kualitas promosi digital UMKM, khususnya di era transformasi digital saat ini. Sebelum pelaksanaan pelatihan, pelaku UMKM di wilayah RW 03 Kelurahan Penjaringan Sari masih banyak yang menerapkan metode promosi secara konvensional. Informasi produk umumnya disampaikan secara verbal atau melalui media pribadi seperti status WhatsApp, dengan visual seadanya. Melalui pelatihan ini, peserta dibekali pemahaman bahwa visual promosi tidak semata-mata mengenai tampilan yang menarik, melainkan merupakan sarana komunikasi strategis yang mampu menyampaikan pesan produk secara informatif, persuasif, dan meyakinkan.

Dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin kompetitif, digitalisasi promosi menjadi langkah penting bagi UMKM untuk bertahan dan berkembang. Konsumen modern cenderung mencari informasi mengenai suatu produk secara daring sebelum melakukan pembelian. Oleh karena itu, kehadiran digital yang kuat, dengan didukung oleh tampilan visual yang menarik dan konten yang relevan, menjadi suatu kebutuhan yang tidak dapat diabaikan.

3.2 Teknik Dasar Fotografi Produk Menggunakan Smartphone

Pelatihan fotografi produk yang dilaksanakan bagi pelaku UMKM difokuskan pada penggunaan alat sederhana, yaitu kamera dari smartphone masing-masing peserta. Tujuan dari pelatihan ini adalah untuk membekali UMKM dengan kemampuan memotret produk secara optimal tanpa perlu mengeluarkan biaya besar untuk membeli peralatan

fotografi profesional.

Dalam sesi pelatihan, peserta diperkenalkan pada teknik dasar fotografi produk yang dapat langsung diterapkan, di antaranya:

- a. Pencahayaan: Memanfaatkan cahaya alami dari jendela atau melakukan pemotretan di area terbuka. Jika menggunakan pencahayaan buatan, disarankan memilih sumber cahaya yang lembut dan merata serta menghindari penggunaan flash langsung yang dapat menimbulkan bayangan tajam.
- b. Latar Belakang: Menggunakan background polos dan bersih agar fokus tetap tertuju pada produk yang ditampilkan.
- c. Komposisi dan Sudut Pengambilan Gambar: Peserta diajak mengeksplorasi berbagai sudut pengambilan gambar, seperti sudut eye-level, flat lay, atau close-up, serta menerapkan prinsip dasar komposisi seperti rule of thirds agar foto terlihat lebih estetik.
- d. Kebersihan Area Pemotretan: Menjaga area foto tetap rapi dan bebas dari elemen yang mengganggu tampilan produk.
- e. Fokus Gambar: Memastikan produk yang menjadi objek utama berada dalam fokus dan menghasilkan gambar yang tajam.

Hasil dari pelatihan ini menunjukkan peningkatan yang signifikan. Foto-foto produk yang diambil peserta tampak lebih terang, proporsional, dan menarik. Beberapa

peserta bahkan langsung mengunggah hasil foto terbaru mereka ke media sosial sebagai bagian dari strategi promosi visual yang lebih profesional. Hal ini menunjukkan bahwa dengan penguasaan teknik dasar yang tepat, smartphone pun dapat menjadi alat efektif untuk menghasilkan foto produk berkualitas tinggi.



*Gambar 2. Contoh Hasil Foto UMKM
(Sumber : UMKM Buttermilk)*

3.3 Pemanfaatan Aplikasi Edit Foto Sederhana

Setelah sesi pemotretan produk, peserta pelatihan diarahkan untuk melakukan proses editing guna menyempurnakan hasil foto sebelum dipublikasikan. Dalam pelatihan ini, digunakan aplikasi bawaan dari smartphone serta aplikasi gratis yang mudah diakses, seperti Canva, yang dinilai sangat praktis dan user-friendly untuk kebutuhan UMKM.

Proses penyuntingan dilakukan secara sederhana namun efektif, dengan fokus pada beberapa aspek berikut:

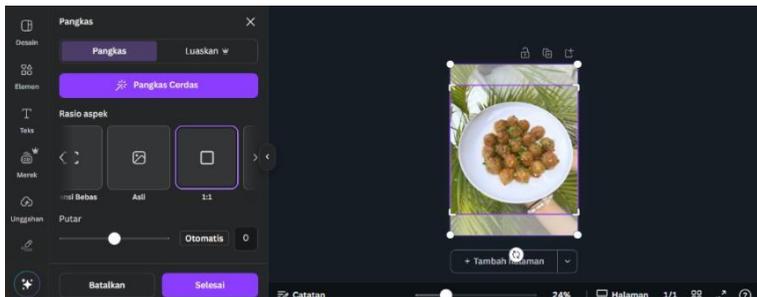
- a. Penyesuaian Pencahayaan dan Kontras: Mengatur tingkat terang dan gelap pada foto agar produk terlihat lebih jelas dan menarik.



Gambar 3. Pengaturan pencahayaan pada Canva

(Sumber : Dokumentasi Pelatihan)

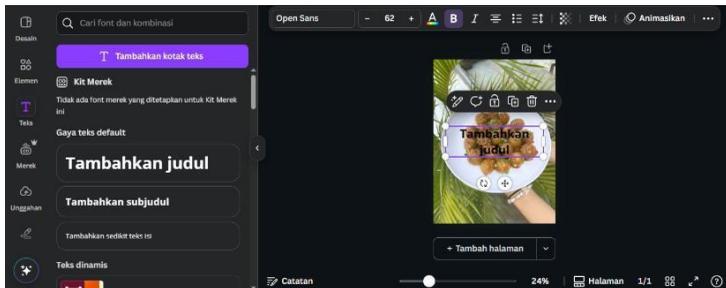
- b. Pemotongan Gambar (Cropping): Memotong bagian gambar yang tidak diperlukan agar hasil foto lebih simetris dan fokus pada produk utama.



Gambar 4. Pemangkasan gambar pada Canva

(Sumber : Dokumentasi Pelatihan)

- c. Pengaturan Warna: Menyesuaikan tone warna agar tampilan produk terlihat lebih segar dan menggugah minat konsumen.
- d. Penambahan Teks (Opsional): Menambahkan informasi singkat seperti nama produk atau harga untuk keperluan promosi di media sosial



Gambar 5. Penambahan teks pada Canva

(Sumber : Dokumentasi Pelatihan)

- e. Menghapus Latar Belakang (Remove Background): Fitur ini digunakan untuk menghilangkan latar belakang yang tidak relevan, sehingga produk terlihat lebih menonjol dan bersih. Canva menyediakan fitur remove background yang sangat praktis dan dapat dilakukan hanya dalam beberapa klik.



Gambar 6. Penghapusan background pada Canva

(Sumber : Dokumentasi Pelatihan)

Penggunaan aplikasi Canva menjadi pilihan utama dalam kegiatan ini karena fiturnya yang lengkap dan mudah digunakan, bahkan oleh pemula. Canva menyediakan berbagai template, filter warna, serta tools desain yang memudahkan pelaku UMKM dalam mempercantik tampilan produk secara visual tanpa memerlukan keahlian desain grafis atau perangkat komputer.

Dengan keterampilan dasar editing ini, pelaku UMKM dapat menghasilkan konten promosi yang lebih menarik dalam waktu singkat, tanpa harus menggunakan jasa profesional. Hal ini sangat mendukung upaya digitalisasi promosi secara mandiri dan berkelanjutan.

3.4 Strategi Pembuatan Konten Menarik untuk Media Sosial

Selain pelatihan fotografi dan editing visual, peserta juga mendapatkan pelatihan tentang bagaimana menyusun konten promosi yang efektif untuk media sosial. Di era digital saat ini, promosi tidak cukup hanya dengan foto produk, tetapi perlu didukung oleh konten yang mampu menyampaikan pesan secara jelas, menarik, dan informatif.

Dalam pelatihan ini, peserta dibimbing untuk:

1. Membuat poster digital dengan tata letak yang sederhana dan mudah dipahami.
2. Menggunakan warna-warna cerah dan jenis huruf yang mudah dibaca agar konten terlihat menarik.
3. Mencantumkan informasi penting seperti nama produk, harga, dan kontak pemesanan.
4. Menyesuaikan ukuran konten dengan platform yang akan digunakan, seperti Instagram, WhatsApp, atau platform lainnya.

Peserta juga diperkenalkan dengan prinsip dasar pembuatan konten yang menarik, yaitu visual yang kuat, pesan yang singkat namun jelas, serta penyajian informasi yang rapi. Sebagai hasil dari pelatihan ini, beberapa peserta berhasil membuat katalog produk digital dan konten promosi yang siap digunakan. Konten tersebut sudah mulai dipublikasikan melalui media sosial seperti Instagram, WhatsApp, dan platform lainnya, sebagai bentuk promosi mandiri yang lebih profesional dan menarik.

Dengan kemampuan ini, pelaku UMKM dapat secara aktif mengelola promosi digital mereka tanpa harus bergantung pada jasa pihak ketiga, sekaligus memperkuat kehadiran bisnis mereka di ranah online.



Gambar 7. Poster Usaha Digital
(Sumber: Dokumentasi Pelatihan)

3.5 Pemanfaatan Aplikasi Pembuatan Konten

Pelaku UMKM juga dikenalkan dengan aplikasi CapCut, yaitu aplikasi pengeditan video gratis yang populer dan mudah digunakan Untuk memperluas variasi konten promosi. Dalam pelatihan ini, peserta dilatih membuat video pendek yang berisi potongan foto produk, deskripsi singkat, dan musik latar. Video tersebut dapat dimanfaatkan sebagai

Konten promosi yang lebih dinamis, misalnya untuk nstagram Reels, TikTik, maupun status WhatsApp. Peserta mempelajari beberapa langkah dasar dalam menggunakan CapCut, antara lain:

- a. Menyusun potongan gambar atau klip video menjadi satu rangkaian video promosi.
- b. Menambahkan transisi antar gambar agar video terlihat halus dan profesional.
- c. Menyisipkan teks singkat seperti nama produk, deskripsi, atau harga.
- d. Mengatur durasi tiap potongan gambar agar video tidak terlalu panjang.
- e. Menambahkan musik latar yang sesuai untuk memperkuat kesan dan suasana konten.

Hasil dari pelatihan ini cukup menggemblirakan. Beberapa peserta berhasil membuat video promosi pertama mereka dan langsung membagikannya ke media sosial. Kehadiran konten dalam bentuk video ini memberikan nuansa baru yang lebih interaktif dan menarik dalam promosi produk UMKM.

Selain CapCut, peserta juga diperkenalkan dengan aplikasi Canva, yang merupakan platform desain grafis berbasis mobile dan web. Aplikasi ini menyediakan ribuan template desain yang bisa digunakan untuk membuat berbagai materi promosi, seperti poster digital, flyer, story Instagram, hingga thumbnail video. Canva sangat cocok digunakan oleh pemula karena antarmukanya sederhana dan mudah dipahami

Selain Langkah-langkah umum yang diajarkan dalam penggunaan Canva antara lain:

1. Mencari pada pencarian untuk aplikasi canva



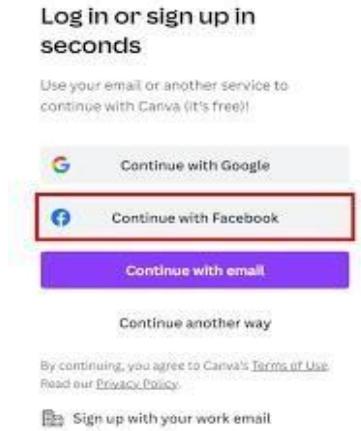
Gambar 8. Pencarian Google Playstore
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

2. Kemudian mendownloadnya



Gambar 9. Tampilan Canva di Google
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

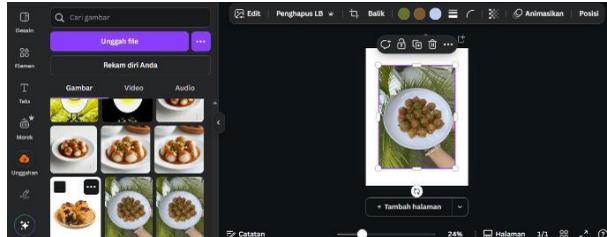
3. Login ke akun bisa membuat akun baru atau masuk dengan menggunakan akun google yang dimiliki



Gambar 10. Login Aplikasi

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

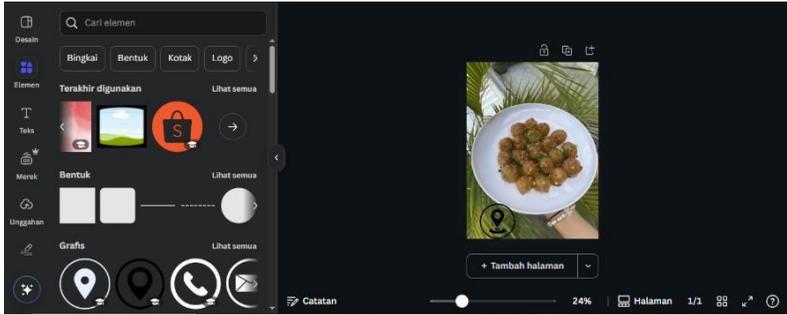
4. Mengunggah foto produk yang telah diedit sebelumnya.



Gambar 11. Unggah Foto Produk

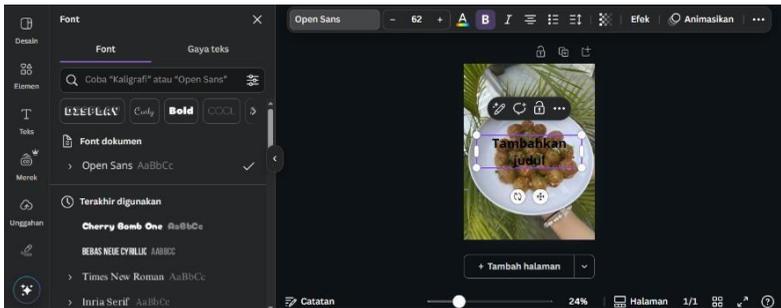
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

5. Menambahkan elemen grafis seperti teks, ikon, stiker, dan latar belakang.



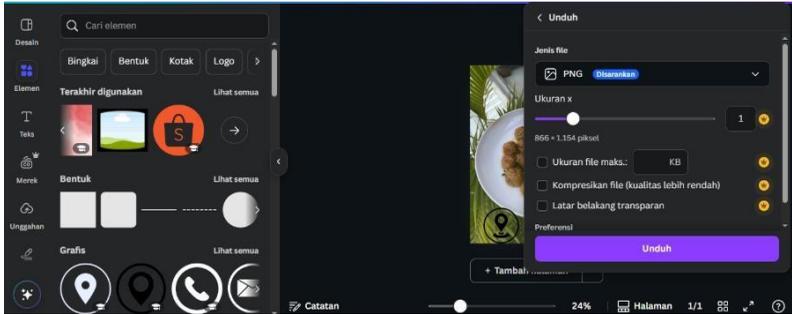
Gambar 12. Elemen di Canva
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

- Menyesuaikan tata letak, warna, dan jenis font agar selaras dengan identitas usaha.



Gambar 13. Penyesuaian Font Canva
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

- Menyimpan dan mengunduh hasil desain dalam format gambar atau video.



Gambar 14. Unduh berkas di Canva
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Dengan pelatihan ini, UMKM memiliki keterampilan tambahan dalam memproduksi konten visual dan video secara mandiri, tanpa harus mengandalkan jasa profesional. Kemampuan ini sangat mendukung keberlanjutan promosi digital dan memperkuat eksistensi usaha mereka di media sosial.

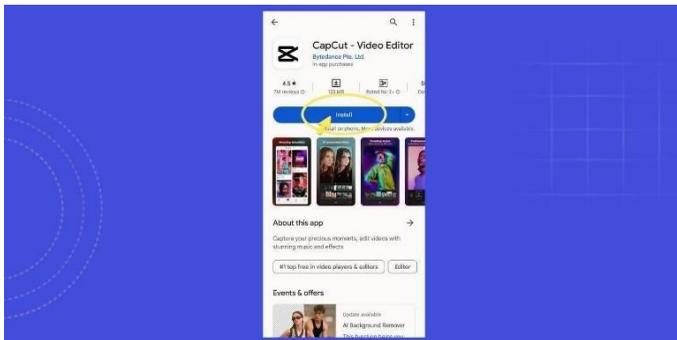
3.6 Hasil Pelatihan dan Pendampingan UMKM RW 03

Kegiatan pelatihan dan pendampingan yang difokuskan pada digitalisasi promosi produk telah memberikan dampak positif yang cukup signifikan bagi para pelaku UMKM binaan di RW 03 Kelurahan Penjaringan Sari. Melalui pendekatan yang praktis dan berorientasi pada keterampilan, pelatihan ini berhasil meningkatkan kapasitas peserta dalam mengelola promosi secara mandiri, efektif, dan sesuai dengan kebutuhan di era digital. Selama proses pelatihan, peserta menunjukkan antusiasme dan partisipasi yang tinggi. Hal ini terlihat dari semangat mereka dalam mengikuti setiap

sesi, mulai dari teori dasar visual branding, praktik fotografi produk, editing menggunakan Canva dan CapCut, hingga pembuatan konten promosi yang siap dipublikasikan. Materi yang disampaikan dikemas dalam bentuk yang sederhana namun aplikatif, sehingga mudah dipahami dan langsung diterapkan oleh peserta, bahkan oleh mereka yang sebelumnya belum familiar dengan teknologi digital

Berikut adalah hasil pelatihan dan pendampingan untuk membuat promosi produk menggunakan aplikasi CapCut dengan UMKM Ibu Cilembu Bu Enik:

5. Mengunduh aplikasi CapCut dan menunggu hingga instalasi selesai



Gambar 15. . Instalasi CapCut
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

6. Login ke dalam aplikasi dan akan diarahkan ke beranda CapCut.



Gambar 16. Beranda CapCut
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

7. Mengambil beberapa Klip Video Produk



Gambar 17. Penambahan Klip di CapCut
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

8. Menambahkan musik yang sedang tren di tiktok dengan mencari pada menu “Audio” lalu pilih “Sound” atau mencari referensi dari video lain di beranda.



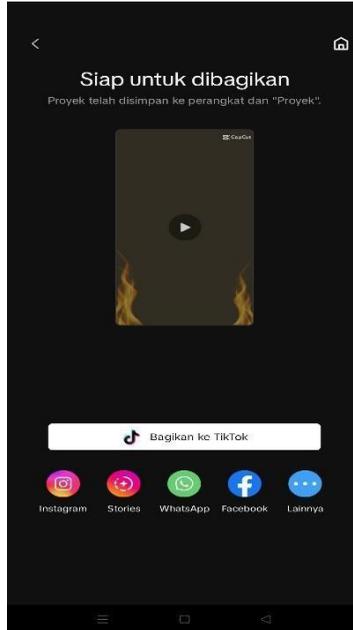
Gambar 18. . Pencarian Sound di CapCut
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

- Menambahkan narasi promosi beserta tagline dari produk, misalnya “Ubi Cilembu Asli dari Bu Enik” menggunakan menu “Teks”



*Gambar 19. Penambahan Teks pada CapCut
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)*

- Menyimpan dan mengunggah di TikTok dengan cara klik “Export” dan pilih untuk ekspor ke TikTok. Tunggu hasilnya hingga proses simpan selesai dan pilih bagikan ke WhatsApp agar bisa diunggah ke Story WhatsApp.



Gambar 20. Proses Ekspor File di CapCut

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Adapun hasil konkret dari kegiatan pelatihan dan pendampingan ini antara lain:

1. Peningkatan Kualitas Foto Produk: Setiap UMKM peserta berhasil menghasilkan foto produk yang lebih cerah, fokus, dan estetik dibandingkan sebelumnya. Dengan hanya menggunakan kamera smartphone dan teknik sederhana, peserta mampu menciptakan visual yang lebih profesional tanpa memerlukan peralatan mahal.
2. Pembuatan Desain Katalog Digital: Seluruh peserta mampu membuat setidaknya satu katalog digital

menggunakan Canva. Desain ini mencakup elemen penting seperti nama produk, harga, dan kontak yang disusun secara rapi dan menarik. Katalog ini menjadi media promosi visual yang bisa dibagikan melalui berbagai platform digital.

3. Produksi Konten Video Promosi: Beberapa UMKM berhasil menyusun video pendek promosi menggunakan aplikasi CapCut. Video ini memadukan foto produk, narasi teks, dan musik latar, yang menjadikannya lebih dinamis dan menarik untuk promosi melalui media sosial seperti Instagram, TikTok, dan status WhatsApp.
4. Peningkatan Aktivitas Promosi Digital: Setelah pelatihan, UMKM mitra mulai aktif memanfaatkan media sosial sebagai sarana utama promosi. Mereka rutin mengunggah foto, poster, dan video promosi secara berkala, baik melalui feed Instagram, story, maupun katalog WhatsApp.
5. Pemanfaatan Konten untuk Berbagai Media: Konten-konten yang telah dibuat tidak hanya digunakan untuk keperluan online, tetapi juga disesuaikan menjadi banner digital, flyer promosi, dan materi cetak lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa peserta memahami prinsip keberlanjutan konten promosi lintas media.

Secara keseluruhan, kegiatan ini menjadi langkah awal yang strategis dalam meningkatkan literasi digital UMKM, khususnya dalam bidang promosi berbasis visual. Tidak hanya membekali peserta

dengan keterampilan teknis, namun juga menumbuhkan pola pikir kreatif dan mandiri dalam membangun citra merek mereka. Diharapkan, kemampuan dasar yang telah dimiliki ini dapat terus dikembangkan dan diterapkan secara konsisten oleh para pelaku UMKM.

Kedepannya, promosi produk tidak hanya menjadi kegiatan rutin, tetapi juga menjadi bagian penting dalam memperkuat daya saing usaha di tengah persaingan pasar yang semakin digital dan kompetitif.



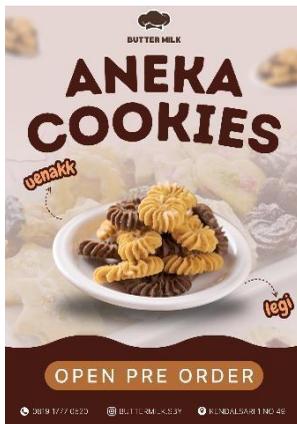
Gambar 21. Kegiatan Pelatihan ke UMKM
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 22. Kegiatan Pedampingan ke UMKM

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

3.7 Hasil Redesain dan Desain Foto Promosi Produk



Gambar 23. Hasil Desain Foto Promosi Produk

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

4. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Kelompok 78 KKN Tematik SDGs UPN Veteran Jawa Timur telah melaksanakan pelatihan dan pendampingan terkait pemasaran digital melalui foto produk dan konten digital untuk UMKM di wilayah Kelurahan Penjaringan Sari. Kegiatan ini bertujuan untuk membantu UMKM dalam memperluas jangkauan pemasaran mereka agar lebih banyak diketahui oleh masyarakat luas.

Kegiatan pelatihan pemasaran digital dengan membuat foto produk dan konten digital ini merupakan bentuk kontribusi Kelompok 78 KKN Tematik SDGs dalam mendukung pengembangan UMKM di wilayah Penjaringan Sari. Adanya kegiatan branding ini diharapkan UMKM dapat tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan serta memberikan kontribusi terhadap ekonomi sekitar.

4.2 Saran

Saran yang dapat diberikan untuk kegiatan ini adalah untuk memerinci lebih dalam bagian analisis nilai, visi, dan misi dari UMKM Kelurahan Penjaringan Sari. Hal ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang identitas UMKM sehingga foto produk dan konten digital yang dihasilkan akan lebih mencerminkan produk menarik perhatian target konsumen yang dituju. Pelibatan langsung pelaku UMKM dalam setiap proses mulai dari perencanaan dan pembuatan konten juga akan meningkatkan pemahaman mereka terhadap pentingnya

promosi digital. Strategi komunikasi yang efektif untuk memperkenalkan dan mempromosikan merek UMKM Penjaringan Sari kepada Masyarakat yang lebih luas. Contohnya adalah dengan melakukan pengujian visual konten kepada konsumen potensial untuk mendapatkan masukan terhadap kualitas visual, kejelasan pesan dan daya tarik konten.

Menjalin kemitraan dengan Lembaga atau instansi terkait memberikan pelatihan dan pendampingan lanjutan kepada UMKM. Hal ini akan membantu UMKM dalam memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang lebih luas dalam mengelola dan memasarkan produk mereka. Penting juga untuk terus melakukan pemantauan dan evaluasi terhadap implementasi branding dan kemasan produk yang telah dirancang serta melakukan perbaikan atau penyempurnaan sesuai dengan umpan balik dari konsumen dan pasar.



DAFTAR PUSTAKA

- Dharomesz, V. Y., Adyantari, A., Sasmita, R. P. H., & Noventa, O. C. (2023). Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Konten Promosi Di Media Sosial Menggunakan Aplikasi Canva. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sabangka*, 2(06), 308-317.
- Diana, D. L. F., Listyorini, T., Wibowo, B. C., Setiawan, R., Supriyono, S., & Nugraha, F. (2023). Peningkatan Visualisasi Produk dengan Pendampingan Mitra UMKM Kopi Tjolo Menggunakan Software Mobile Photo Editor. *ABDINE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 239- 248.
- Erawan, A. P. D., Aditya, I. G. W., Juniarta, I. W., Permana, I. M. A. S., & Baskara, I. M. W. (2023). Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Meningkatkan Literasi Digital Umkm Desa Keramas. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 200-205.
- Justitia, A., Werdiningsih, I., Effendy, F., & Taufik, T. (2021). Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing bagi UMKM Jasa Laundry menuju UMKM Go Digital. *Jurnal Nasional Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 60-72.
- Mardiana, T., Elyana, I., Sulistyowati, D. N., Setiawan, K. S., Khofifah, N., & Firmansya, N. S. (2023). Pelatihan Konten Digital Marketing untuk Tingkatkan Customer Engagement UMKM Kopi Goenoeng Berjaya. *Majalah Ilmiah Upi Yptk*, 44-51.

LAMPIRAN

1. Surat Kesiediaan Kerjasama Mitra (tanda tangan mitra, atau meterai Rp10.000 dengan tanda tangan mitra).

SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN KERJASAMA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fonnyta Herfianti, S.K.M
Tempat Tanggal Lahir : Jombang, 17 Februari 1977
Nama organisasi/perusahaan : Kelurahan Penjaringsari, Kecamatan Rungkut, Kota Surabaya
Jabatan : Lurah
Alamat : Jl. Kendalsari Selatan No.28, Penjaringan Sari, Kec. Rungkut, Surabaya
Nomor telepon (seluler) : 081331990804

Dengan ini saya menyatakan bahwa Kelurahan Penjaringsari, Kecamatan Rungkut, Kota Surabaya bersedia bekerjasama dengan Tim :

Nama Dosen Pembimbing : Roziana Febrianita, S.Sos., M.A
Lapangan
Nama Lembaga : UPN "VETERAN" JATIM
Alamat : Jl. Raya Rungkut Madya, Gununganyar, Surabaya
Nomor telepon (seluler) : 082139597434

Dalam melaksanakan program KKN Tematik Bela Negara SDGs dengan judul:
STRATEGI BRANDING DAN DIGITALISASI TERPADU UNTUK MENDORONG PERTUMBUHAN UMKM DI KELURAHAN PENJARINGSARI, KECAMATAN RUNGKUT, KOTA SURABAYA, JAWA TIMUR

Dari Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, dengan kontribusi Kerjasama dalam bentuk *in kind* berupa lokasi usulan yang dijadikan tempat program pengabdian masyarakat.

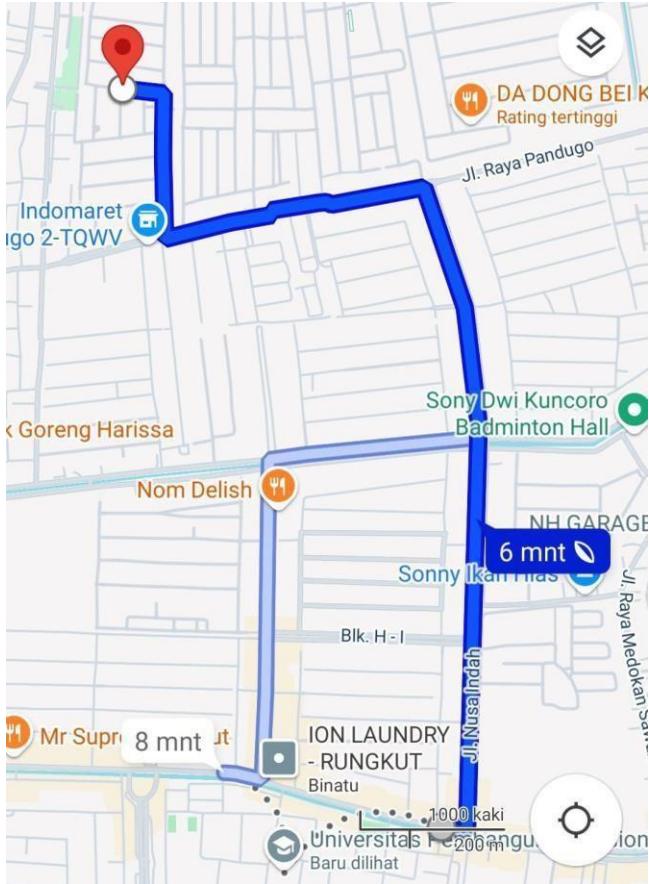
Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari pihak manapun

Surabaya, 21 Juli 2025
Yang membuat pernyataan


Fonnyta Herfianti, S.K.M
NIP.197702172006042020

CS Dipindai dengan CamScanner

2. Peta Jarak Lokasi dari kampus UPN Veteran Jawa Timur (google maps)



3. Pelaksanaan Kegiatan



Pelatihan Pembuatan Promosi Foto Produk



Kegiatan Pendampingan Pembuatan Konten Digital



Hasil Konten Digital dan Foto Promosi Produk pada Platform Media Sosial



LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
JL.RAYA RUNGKUT MASDYA GUNUNG ANYAR, SURABAYA 60294
WWW.LPPM.UPNJATIM.AC.ID EMAIL:LPPM@UPNJATIM.AC.ID