

## PEMBERDAYAAN UMKM DESA KETOSARI MELALUI PELATIHAN PENGEDITAN VIDEO PROMOSI MENGGUNAKAN APLIKASI CAPCUT

Isqi Faidla Rahmatika <sup>\*1</sup>

Khofifah <sup>2</sup>

Isma Maulana <sup>3</sup>

Ahlul Nazza Kaffi <sup>4</sup>

Adinda Septi Hendriani <sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup> Universitas Sains Al-Qur'an Jawa Tengah di Wonosobo, Indonesia

\*e-mail: <sup>1</sup>[Isqifaidla02@gmail.com](mailto:Isqifaidla02@gmail.com), <sup>2</sup>[ofifah773@gmail.com](mailto:ofifah773@gmail.com), <sup>3</sup>[ismamaulana489@gmail.com](mailto:ismamaulana489@gmail.com),  
<sup>4</sup>[ahlulnazzakaffi@gmail.com](mailto:ahlulnazzakaffi@gmail.com), <sup>5</sup>[adinda@unsiq.ac.id](mailto:adinda@unsiq.ac.id)

### Abstrak

Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu upaya strategis dalam meningkatkan perekonomian masyarakat desa. Desa Ketosari memiliki potensi UMKM yang cukup besar, namun masih menghadapi keterbatasan dalam hal pemasaran digital, khususnya pembuatan konten promosi yang menarik. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM Desa Ketosari melalui pelatihan pengeditan video promosi menggunakan aplikasi CapCut. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi penyampaian materi, praktik langsung pengeditan video, serta pendampingan penggunaan aplikasi CapCut sebagai media promosi digital. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelaku UMKM memperoleh pemahaman dan keterampilan dasar dalam membuat video promosi yang kreatif dan komunikatif, sehingga mampu dimanfaatkan untuk pemasaran produk melalui media sosial. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing UMKM, memperluas jangkauan pemasaran, serta mendorong kemandirian pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya secara berkelanjutan.

**Kata kunci:** Pemberdayaan UMKM, video promosi, pemasaran digital, CapCut, Desa Ketosari

### Abstract

Empowering Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) is a strategic effort to improve the village economy. Ketosari Village has significant MSME potential, but still faces limitations in digital marketing, particularly in creating engaging promotional content. This community service activity aims to increase the capacity of MSMEs in Ketosari Village through training in promotional video editing using the CapCut application. The implementation method included material delivery, hands-on video editing practice, and mentoring in using the CapCut application as a digital promotional medium. The results of the activity indicate that MSMEs gained a basic understanding and skills in creating creative and communicative promotional videos, which can then be used for product marketing through social media. This activity is expected to increase MSME competitiveness, expand marketing reach, and encourage business independence in developing their businesses sustainably.

**Keywords:** MSME Empowerment, promotional video, digital marketing, CapCut, Ketosari Village

### PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama dalam perekonomian nasional yang berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi lokal.<sup>1</sup> UMKM memiliki karakteristik fleksibel, berbasis pada potensi lokal, dan mampu bertahan dalam berbagai kondisi ekonomi. Oleh karena itu, penguatan dan pemberdayaan UMKM menjadi strategi penting dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat, khususnya di wilayah pedesaan.

<sup>1</sup> Tulus T.H. Tambunan, *Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting* (Jakarta: LP3ES, 2012), hal. 3–5.

Desa Ketosari yang terletak di Kecamatan Bener, Kabupaten Purworejo, Provinsi Jawa Tengah, memiliki potensi UMKM yang cukup beragam dan tersebar di beberapa dukuh, seperti Keposong, Simpu, Santren, Kedung Agung, dan Puguh. Sebagian besar UMKM di Desa Ketosari bergerak pada sektor kerajinan anyaman besek yang dikelola oleh ibu-ibu rumah tangga, sektor pertanian yang memanfaatkan kesuburan tanah di wilayah tertentu, serta usaha rumahan lainnya. UMKM tersebut menjadi sumber penghidupan utama bagi masyarakat dan memiliki potensi untuk terus dikembangkan. Meskipun memiliki potensi yang besar, UMKM di Desa Ketosari masih menghadapi berbagai permasalahan, terutama dalam aspek promosi dan pemasaran produk. Sebagian besar pelaku UMKM masih memasarkan produknya secara konvensional dan belum memanfaatkan media digital secara optimal. Hal ini menyebabkan produk UMKM kurang dikenal secara luas dan berdampak pada terbatasnya peningkatan pendapatan masyarakat.

Perkembangan teknologi digital membuka peluang baru bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pemasaran melalui pemanfaatan media sosial dan konten visual, khususnya video promosi. Video promosi yang menarik dan informatif mampu meningkatkan daya tarik produk serta menjangkau konsumen yang lebih luas.<sup>2</sup> Namun, keterbatasan keterampilan pelaku UMKM dalam pembuatan dan pengeditan video menjadi kendala dalam pemanfaatan peluang tersebut.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan UMKM Desa Ketosari melalui pelatihan pengeditan video promosi menggunakan aplikasi CapCut. Pelatihan ini diharapkan dapat meningkatkan keterampilan pelaku UMKM dalam membuat konten promosi yang kreatif dan efektif, memperluas jangkauan pemasaran produk, serta meningkatkan daya saing UMKM guna mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat Desa Ketosari secara berkelanjutan.

## METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan sosialisasi, pelatihan, praktik langsung, dan pendampingan. Tahap awal dilakukan melalui sosialisasi untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai pentingnya pemanfaatan teknologi digital, khususnya video promosi, sebagai strategi pemasaran UMKM di era digital.<sup>3</sup> Selanjutnya, kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan pengeditan video promosi menggunakan aplikasi CapCut yang disampaikan secara teoritis dan demonstratif.<sup>4</sup> Setelah itu, peserta diberikan kesempatan untuk melakukan praktik langsung dalam pembuatan dan pengeditan video promosi produk UMKM masing-masing dengan bimbingan tim pelaksana.<sup>5</sup> Tahap akhir berupa pendampingan yang bertujuan untuk memastikan peserta mampu mengaplikasikan keterampilan yang telah diperoleh secara mandiri dan berkelanjutan dalam kegiatan pemasaran produk UMKM.<sup>6</sup>

Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 29 Januari 2026 bertempat di Balai Desa Ketosari. Sasaran kegiatan adalah seluruh masyarakat Desa Ketosari, dengan fokus utama pada ibu-ibu PKK dan kelompok Dasa Wisma (Dawis) yang berperan aktif dalam pengelolaan dan pengembangan UMKM desa. Melalui metode bertahap dan partisipatif ini, diharapkan terjadi peningkatan pengetahuan, keterampilan, serta kemandirian masyarakat dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi produk UMKM lokal. Berikut tabel kegiatannya:

---

<sup>2</sup> Dave Chaffey dan Fiona Ellis-Chadwick, *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (Pearson Education, 2019), hal. 412–414

<sup>3</sup> Slamet, Mustofa, *Pemberdayaan Masyarakat: Konsep dan Praktik* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2018), hal. 89–92.

<sup>4</sup> Rusman, *Pembelajaran Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2017), hal. 72–75.

<sup>5</sup> Kolb, David A., *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development* (New Jersey: Prentice Hall, 1984), hal. 21–23.

<sup>6</sup> Zubaedi, *Pengembangan Masyarakat: Wacana dan Praktik* (Jakarta: Kencana, 2013), hal. 147–149.

| NO | Tahap Kegiatan                   | Deskripsi Kegiatan                                                                                                                                                                                                                             |
|----|----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Pembukaan dan Sosialisasi        | Kegiatan diawali dengan pembukaan, pengenalan tim pelaksana, serta penyampaian tujuan kegiatan. Pada tahap ini dilakukan sosialisasi mengenai pentingnya pemasaran digital dan pemanfaatan video promosi bagi pengembangan UMKM Desa Ketosari. |
| 2. | Pengenalan Aplikasi CapCut       | Peserta diperkenalkan dengan aplikasi CapCut, mulai dari fungsi, fitur utama, hingga keunggulannya sebagai aplikasi editing video yang mudah digunakan oleh pemula.                                                                            |
| 3. | Penyampaian Materi Pelatihan     | Pemateri menyampaikan materi dasar pengeditan video promosi, meliputi teknik pengambilan gambar produk, pemilihan template, penambahan teks, musik, transisi, dan efek sederhana yang menarik.                                                 |
| 4. | Praktik Langsung Editing Video   | Peserta melakukan praktik langsung membuat dan mengedit video promosi produk UMKM masing-masing menggunakan aplikasi CapCut dengan pendampingan tim pelaksana.                                                                                 |
| 5. | Presentasi Hasil dan Umpan Balik | Peserta mempresentasikan hasil video promosi yang telah dibuat, kemudian diberikan masukan dan evaluasi untuk meningkatkan kualitas konten video.                                                                                              |
| 6. | Pendampingan dan Penutup         | Kegiatan diakhiri dengan pendampingan lanjutan, diskusi, serta motivasi agar peserta mampu menerapkan keterampilan editing video secara mandiri dan berkelanjutan dalam pemasaran UMKM.                                                        |

Tabel 1. Alur kegiatan Pelatihan Capcut

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Materi Pelatihan Pengeditan Video Promosi Menggunakan Aplikasi Capcut

Materi pelatihan CapCut disusun untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai media promosi UMKM. Pada tahap awal, materi difokuskan pada pengenalan aplikasi CapCut, meliputi fungsi, keunggulan, serta kemudahan penggunaannya sebagai aplikasi pengeditan video berbasis ponsel yang ramah bagi pemula. Peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya konten visual, khususnya video promosi, dalam menarik minat konsumen dan memperluas jangkauan pemasaran produk UMKM di era digital.<sup>7</sup> Selanjutnya, materi pelatihan membahas teknik dasar pengeditan video promosi menggunakan CapCut. Peserta diperkenalkan pada tahapan pengambilan video produk yang baik, pemilihan template yang sesuai, pengaturan durasi klip, serta penggunaan fitur pendukung seperti teks, musik latar, transisi, dan efek visual sederhana. Materi disampaikan secara sistematis dan aplikatif agar peserta dapat memahami alur pengeditan video secara bertahap. Pendekatan ini bertujuan untuk membangun keterampilan praktis peserta sehingga mampu menghasilkan video promosi yang menarik, informatif, dan mudah dipahami oleh calon konsumen.<sup>8</sup> Berikut gambar kegiatannya:

<sup>7</sup> Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, *UMKM Go Digital: Strategi Pemasaran di Era Digital* (Jakarta: Kemenkop UKM RI, 2020), hal. 10–12.

<sup>8</sup> Rusman, *Pembelajaran Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2017), hal. 96–100.



Gambar 1. Penyampaian materi oleh narasumber

Pada bagian akhir materi, peserta diarahkan untuk menyusun dan mengedit video promosi produk UMKM secara mandiri sesuai dengan karakteristik usaha masing-masing. Peserta didorong untuk mengembangkan kreativitas dalam menyampaikan pesan promosi melalui video yang singkat namun efektif. Materi ini diharapkan tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis peserta dalam mengedit video, tetapi juga menumbuhkan kesadaran akan pentingnya pemasaran digital sebagai strategi berkelanjutan dalam meningkatkan daya saing UMKM. *Berikut gambar kegiatannya:*



Gambar 2. Pelatihan menyusun dan mengedit video

### Respon Peserta dan Dampak Pelatihan

Pelaksanaan pelatihan pengeditan video promosi UMKM di Desa Ketosari memperoleh respon yang sangat positif dari para peserta. Sejak awal kegiatan, peserta menunjukkan sikap terbuka dan antusias dalam mengikuti setiap tahapan pelatihan. Hal ini tercermin dari kehadiran peserta yang konsisten, perhatian yang tinggi saat penyampaian materi, serta partisipasi aktif dalam sesi tanya jawab. Antusiasme peserta menunjukkan bahwa kegiatan pelatihan yang dilaksanakan relevan dengan kebutuhan masyarakat desa, khususnya dalam upaya pengembangan UMKM berbasis digital.

Pada tahap penyampaian materi dan pengenalan aplikasi CapCut, peserta menunjukkan ketertarikan yang tinggi terhadap pemanfaatan teknologi digital sebagai sarana promosi produk. Sebagian besar peserta mengaku belum pernah menggunakan aplikasi pengeditan video sebelumnya, bahkan ada yang belum mengunduh aplikasi CapCut. Meskipun demikian, peserta mampu mengikuti penjelasan materi dengan baik dan menunjukkan kesiapan untuk mempelajari keterampilan baru yang berkaitan dengan pemasaran digital UMKM. Peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta terlihat secara signifikan setelah mengikuti sesi praktik langsung. Peserta mampu memahami tahapan pengeditan video mulai dari pemilihan bahan video, penggunaan template, penambahan teks, musik latar, hingga penyusunan alur video promosi yang menarik. Melalui metode praktik langsung dan pendampingan, peserta secara bertahap mampu mengedit

video promosi secara mandiri tanpa memerlukan bimbingan tambahan. Hasil ini menunjukkan efektivitas metode pelatihan berbasis praktik dalam meningkatkan kompetensi digital masyarakat.<sup>9</sup>

Hasil karya video promosi yang dihasilkan oleh peserta menunjukkan kualitas yang cukup baik dan tidak berbeda jauh dengan contoh materi yang disampaikan oleh pemateri. Video yang dihasilkan telah memenuhi unsur dasar promosi, seperti kejelasan produk, daya tarik visual, serta pesan yang mudah dipahami oleh calon konsumen. Capaian ini menunjukkan bahwa peserta tidak hanya memahami materi secara teoritis, tetapi juga mampu mengimplementasikannya secara langsung dalam bentuk karya nyata. Pelaksanaan pengabdian dilakukan dengan tingkat keterlaksanaan dan pemahaman kegiatan yang di sajikan pada Tabel 2 berikut ini:

| NO | Langkah Pengeditan Video CapCut | Tingkat Pemahaman |   |    |
|----|---------------------------------|-------------------|---|----|
|    |                                 | 0                 | 5 | 10 |
| 1. | Instal & buka CapCut            |                   |   | √  |
| 2. | Masukkan video                  |                   |   | √  |
| 3. | Potong video (Cut)              |                   |   | √  |
| 4. | Tambah Teks                     |                   |   | √  |
| 5. | Tambah musik/suara              |                   |   | √  |
| 6. | Tambah efek & transisi          |                   |   | √  |
| 7. | Atur warna video                |                   |   | √  |
| 8. | Preview video                   |                   |   | √  |
| 9. | Simpan/ekspor                   |                   |   | √  |

Keterangan Tabel

0 : Tidak dilakukan

5 : Dilakukan tapi tidak sempurna

10 : Dilakukan dengan sempurna

Skor :

Total Skor (%) (Jumlah skor perolehan / (Jumlah pertanyaan × 100)) × 100%

Selain meningkatkan keterampilan teknis, pelatihan ini juga memberikan dampak positif terhadap perubahan sikap dan motivasi peserta. Setelah mengikuti pelatihan, peserta menunjukkan semangat yang lebih tinggi untuk memasarkan produk UMKM melalui media online dan media sosial. Peserta mulai menyadari bahwa pemasaran digital, khususnya melalui video promosi, dapat menjadi strategi yang efektif untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk UMKM.

Perubahan dari kondisi awal peserta yang belum mengenal aplikasi CapCut hingga mampu menghasilkan video promosi secara mandiri menunjukkan adanya peningkatan kapasitas dan kepercayaan diri peserta. Peningkatan motivasi berjualan secara online ini menjadi modal penting dalam mendorong keberlanjutan pemberdayaan UMKM di Desa Ketosari, sehingga diharapkan pelatihan serupa dapat terus dikembangkan dan dilaksanakan secara berkelanjutan.<sup>10</sup>

#### **Manfaat Jangka Pendek, Jangka Panjang dan Keberlanjutan Program**

Manfaat jangka pendek dari pelaksanaan pelatihan pengeditan video promosi menggunakan aplikasi CapCut adalah meningkatnya pemahaman dan keterampilan peserta UMKM dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi. Melalui metode sosialisasi dan praktik langsung, peserta mampu memahami dasar-dasar pemasaran digital serta mengaplikasikannya

<sup>9</sup> Rusman, *Pembelajaran Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2017), hal. 98–100.

<sup>10</sup> Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, *Strategi Pemberdayaan UMKM di Era Digital* (Jakarta: Kemenkop UKM RI, 2020), hal. 25–27.



dalam bentuk video promosi sederhana. Hasil pelatihan menunjukkan bahwa peserta dapat mengedit video secara mandiri tanpa pendampingan lanjutan, yang menandakan adanya peningkatan kompetensi secara langsung setelah kegiatan berlangsung.<sup>11</sup>

Manfaat jangka panjang dari program ini adalah meningkatnya daya saing UMKM Desa Ketosari melalui penerapan strategi pemasaran digital yang berkelanjutan. Kemampuan membuat konten video promosi secara mandiri memungkinkan pelaku UMKM memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas produk, serta memperkuat citra merek di media sosial. Dalam jangka panjang, penguasaan keterampilan digital ini berpotensi mendorong peningkatan pendapatan UMKM dan mendukung penguatan ekonomi lokal berbasis potensi desa.<sup>12</sup>

Keberlanjutan program diharapkan dapat terwujud melalui pemanfaatan keterampilan yang telah diperoleh peserta secara berkelanjutan dalam aktivitas pemasaran UMKM. Keberlanjutan juga dapat diperkuat melalui transfer pengetahuan antar pelaku UMKM, pendampingan lanjutan, serta dukungan dari pemerintah desa dan lembaga masyarakat. Dengan adanya kolaborasi tersebut, program pelatihan tidak hanya berhenti pada satu kegiatan, tetapi menjadi bagian dari strategi pemberdayaan masyarakat yang berkesinambungan.<sup>13</sup>

## KESIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan pengeditan video promosi menggunakan aplikasi CapCut di Desa Ketosari, dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini berhasil meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pemasaran produk. Melalui metode sosialisasi, pelatihan, praktik langsung, dan pendampingan, peserta memperoleh pemahaman serta keterampilan dasar dalam membuat video promosi yang kreatif, komunikatif, dan aplikatif. Hasil pelatihan menunjukkan bahwa peserta mampu mengedit video promosi secara mandiri dan menghasilkan karya yang sesuai dengan materi yang diberikan, meskipun sebagian besar peserta sebelumnya belum memiliki pengalaman dalam pengeditan video.

Selain peningkatan keterampilan teknis, pelatihan ini juga memberikan dampak positif terhadap perubahan sikap dan motivasi pelaku UMKM. Peserta menunjukkan semangat yang lebih tinggi untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran digital dan menyadari pentingnya konten video dalam meningkatkan daya tarik serta daya saing produk UMKM. Dengan demikian, pelatihan pengeditan video promosi menggunakan CapCut tidak hanya berkontribusi pada peningkatan keterampilan individu, tetapi juga menjadi langkah strategis dalam mendorong kemandirian dan keberlanjutan pengembangan UMKM di Desa Ketosari. Ke depan, kegiatan serupa diharapkan dapat terus dikembangkan dan didukung oleh berbagai pihak agar pemberdayaan UMKM berbasis digital dapat berjalan secara berkelanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Majid & Dian Andayani. (2013). *Pendidikan karakter dalam perspektif Islam*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Adi, Isbandi Rukminto. (2013). *Pemberdayaan, pengembangan masyarakat dan intervensi komunitas*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Chaffey, Dave, & Ellis-Chadwick, Fiona. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice*. Pearson Education.

---

<sup>11</sup>Sudjana, D., *Pendidikan Nonformal: Wawasan, Sejarah Perkembangan, Falsafah dan Teori Pendukung* (Bandung: Falah Production, 2010), hal. 57–60.

<sup>12</sup> Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi Offset, 2015), hal. 243–245.

<sup>13</sup> Adi, Isbandi Rukminto, *Pemberdayaan, Pengembangan Masyarakat dan Intervensi Komunitas* (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2013), hal. 89–92.

- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2020). *Strategi pemberdayaan UMKM di era digital*. Jakarta: Kemenkop UKM RI.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2020). *UMKM Go digital: Strategi pemasaran di era digital*. Jakarta: Kemenkop UKM RI.
- Kolb, David A. (1984). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. New Jersey: Prentice Hall.
- Rusman. (2017). *Pembelajaran berbasis teknologi informasi dan komunikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Slamet, Mustofa. (2018). *Pemberdayaan masyarakat: Konsep dan praktik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sudjana, D. (2010). *Pendidikan nonformal: Wawasan, sejarah perkembangan, falsafah dan teori pendukung*. Bandung: Falah Production.
- Tambunan, Tulus T. H. (2012). *Usaha mikro, kecil dan menengah di Indonesia: Isu-isu penting*. Jakarta: LP3ES.
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Zubaedi. (2013). *Pengembangan masyarakat: Wacana dan praktik*. Jakarta: Kencana.