



## Peningkatan Kapasitas UMKM Kreatif melalui Pelatihan Pembuatan Souvenir Khas Wisata Yamansari, Kabupaten Tegal

*Capacity Building of Creative MSMEs through Training on the Development of  
Yamansari Tourism Souvenirs in Tegal Regency*

**Yoga Prihatin<sup>1\*</sup>, Nadya Shafira Salsabilla<sup>2</sup>, Nur Tulus Ujianto<sup>3</sup>, Bagus Fahmi Maarif<sup>4</sup>,  
Sandi Yudha Pradana<sup>5</sup>**

<sup>1</sup> Pendidikan Bahasa Inggris, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Pancasakti Tegal, Indonesia

<sup>2,4,5</sup> Teknik Sipil, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Pancasakti Tegal, Indonesia

<sup>3</sup> Sistem Informasi, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Pancasakti Tegal, Indonesia

*\*Penulis korespondensi: [nadyashafira18@gmail.com](mailto:nadyashafira18@gmail.com)*

**Article History:**

Naskah Masuk: 11 November, 2025;

Revisi: 19 Desember, 2025;

Diterima: 02 Januari, 2026;

Tersedia: 09 Januari, 2026

**Keywords:** Community Service; Creative Msmes; MSME Capacity Building; Skill Training; Tourism Souvenirs.

**Abstract.** Creative micro, small, and medium enterprises (MSMEs) play an important role in supporting local economic development, particularly in tourism areas. Yamansari Village, Tegal Regency, has tourism potential that can be developed through distinctive local souvenir products. However, local MSMEs face several challenges, including limited production skills, lack of design innovation, and insufficient understanding of product quality and marketing. This community service program aims to enhance the capacity of creative MSMEs through training in the production of Yamansari tourism souvenirs with economic value and competitiveness. The implementation method includes identifying MSME needs, preparing training materials, conducting participatory training sessions, and providing mentoring and evaluation. The training focuses on improving technical skills in souvenir production, developing design creativity based on local wisdom, and introducing basic packaging and marketing strategies. The results show an increase in participants' knowledge, skills, and motivation to produce more diverse and attractive souvenir products. The implications of this program include opportunities to increase MSME income and strengthen the tourism identity of Yamansari Village through the sustainable development of distinctive souvenir products.

**Abstrak**

UMKM kreatif memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, khususnya di kawasan wisata. Desa Yamansari, Kabupaten Tegal, memiliki potensi wisata yang dapat dikembangkan melalui produk souvenir khas berbasis potensi lokal. Namun, pelaku UMKM di wilayah tersebut masih menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan keterampilan produksi, kurangnya inovasi desain, serta minimnya pemahaman mengenai kualitas produk dan pemasaran. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas UMKM kreatif melalui pelatihan pembuatan souvenir khas wisata Yamansari yang bernilai ekonomi dan berdaya saing. Metode pelaksanaan meliputi identifikasi kebutuhan pelaku UMKM, penyusunan materi pelatihan, pelaksanaan pelatihan secara partisipatif, serta pendampingan dan evaluasi hasil kegiatan. Pelatihan difokuskan pada peningkatan keterampilan teknis pembuatan souvenir, pengembangan kreativitas desain berbasis kearifan lokal, serta pengenalan pengemasan dan strategi pemasaran sederhana. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan motivasi pelaku UMKM dalam menghasilkan produk souvenir yang lebih variatif dan menarik. Implikasi dari kegiatan ini adalah terbukanya peluang peningkatan pendapatan UMKM serta penguatan identitas wisata Desa Yamansari melalui pengembangan produk souvenir khas yang berkelanjutan.

**Kata Kunci:** Kapasitas UMKM; Pelatihan Keterampilan; Pengabdian Masyarakat; Souvenir Wisata; UMKM Kreatif.

## **1. LATAR BELAKANG**

UMKM merupakan sektor penting dalam perekonomian Indonesia karena berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja. Data Kementerian Koperasi dan UMKM (2023) mencatat bahwa UMKM menyumbang lebih dari 60% PDB nasional serta menyerap sekitar 97% tenaga kerja. Dalam konteks pariwisata, UMKM memiliki peranan strategis sebagai penyedia produk kreatif dan souvenir yang mampu meningkatkan pengalaman wisatawan sekaligus menambah nilai ekonomi destinasi (Nurhayati, 2020). Wisata Yamansari di Kabupaten Tegal merupakan salah satu kawasan wisata yang memiliki potensi pengembangan ekonomi kreatif berbasis lokal, terutama melalui pembuatan souvenir khas. Namun, potensi ini belum diikuti dengan kapasitas UMKM yang memadai. Banyak pelaku usaha masih menghadapi keterbatasan dalam inovasi desain, keterampilan produksi, kualitas kemasan, serta pemahaman mengenai preferensi pasar. Penelitian Wulandari dan Samudra (2021) menunjukkan bahwa rendahnya kualitas produk UMKM di kawasan wisata umumnya dipengaruhi oleh minimnya pelatihan dan kurangnya kemampuan teknis dalam menciptakan produk kreatif yang berdaya saing. Hal serupa disampaikan Purnomo (2022), bahwa UMKM di desa wisata sering kali belum mampu memanfaatkan identitas budaya lokal sebagai inspirasi produk souvenir yang memiliki nilai jual.

Padahal, pelatihan pembuatan desain dan produksi souvenir terbukti efektif dalam meningkatkan kreativitas dan kemampuan inovasi UMKM, terutama pada wilayah yang bertumpu pada sektor ekonomi kreatif (Hidayah & Rofiq, 2020). Produk berbasis potensi lokal seperti ikon daerah, kekayaan alam, dan kearifan budaya mampu menciptakan identitas unik yang bernilai bagi wisatawan sekaligus memperkuat citra destinasi (Sari, 2019). Meski demikian, belum terdapat penelitian maupun program pengembangan yang secara khusus mengangkat upaya peningkatan kapasitas UMKM melalui pelatihan pembuatan souvenir khas Wisata Yamansari. Kesenjangan ini menunjukkan perlunya intervensi terstruktur yang tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis pembuatan produk, tetapi juga memperkuat aspek kreativitas, desain, dan pemanfaatan identitas lokal. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kebaruan berupa pengembangan dan penerapan model pelatihan pembuatan souvenir khas yang dirancang sesuai karakteristik UMKM di Wisata Yamansari, Kabupaten Tegal.

Penguatan UMKM kreatif di kawasan desa wisata menuntut pendekatan pemberdayaan yang berbasis potensi lokal, peningkatan kapasitas keterampilan, serta inovasi produk yang berorientasi pasar. Program pelatihan yang dirancang secara partisipatif terbukti efektif dalam meningkatkan kompetensi teknis, kreativitas, dan keberlanjutan usaha UMKM (Suryana, 2013;

Tambunan, 2019). Dalam konteks pariwisata berbasis masyarakat, pengembangan produk souvenir khas berperan penting sebagai media representasi identitas lokal sekaligus sumber pendapatan ekonomi kreatif (UNWTO, 2018; Richards, 2014). Selain itu, pengabdian masyarakat yang terintegrasi dengan penguatan manajemen usaha dan strategi pemasaran mampu meningkatkan daya saing UMKM serta memperkuat posisi desa wisata sebagai destinasi unggulan yang berkelanjutan (Kotler & Keller, 2016; Porter, 2008; Osterwalder & Pigneur, 2010).

## **2. KAJIAN TEORITIS**

### **Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)**

UMKM merupakan fondasi ekonomi di banyak negara, termasuk Indonesia, di mana mereka mendominasi struktur bisnis. Menurut definisi Bank Dunia (2005), UMKM dikelompokkan berdasarkan ukuran: mikro (aset  $\leq$  Rp50 juta), kecil (Rp50 juta–Rp500 juta), dan menengah (Rp500 juta–Rp10 miliar). Di Indonesia, UU No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM menekankan peran mereka dalam penciptaan lapangan kerja, pengurangan kemiskinan, dan pertumbuhan ekonomi lokal.

Secara teoritis, UMKM didasarkan pada teori ekonomi mikro Schumpeter (1934) tentang inovasi dan entrepreneurship, di mana UMKM berperan sebagai agen perubahan melalui kreativitas dan adaptasi. Tantangan utama meliputi akses keuangan terbatas (teori asimetri informasi Stiglitz, 2000), keterbatasan sumber daya manusia, dan persaingan dengan perusahaan besar. Namun, UMKM berkontribusi hingga 60% PDB di negara berkembang (World Bank, 2020), dengan resiliensi tinggi selama krisis seperti pandemi COVID-19, sebagaimana ditunjukkan oleh studi OECD (2021) tentang ketahanan bisnis kecil.

### **Ekonomi Kreatif dan Produk Souvenir**

Ekonomi kreatif merujuk pada industri yang menghasilkan nilai ekonomi dari ide, kreativitas, dan intelektual property, seperti seni, desain, dan pariwisata. Konsep ini dikembangkan oleh John Howkins (2001) dalam bukunya *The Creative Economy*, yang menekankan bahwa kreativitas adalah sumber daya utama di era digital. Di Indonesia, ekonomi kreatif diatur oleh UU No. 24 Tahun 2019, dengan subsektor seperti kerajinan tangan dan pariwisata yang mencakup produk souvenir.

Produk souvenir merupakan bagian integral dari ekonomi kreatif, terutama dalam konteks pariwisata. Teori pemasaran Pine dan Gilmore (1998) tentang "pengalaman ekonomi" menjelaskan bahwa souvenir bukan sekadar barang, melainkan simbol pengalaman budaya yang meningkatkan nilai tambah. Studi UNESCO (2013) menunjukkan bahwa produk souvenir

berkontribusi pada pendapatan pariwisata global hingga 10%, dengan potensi untuk mendorong inovasi melalui desain unik. Tantangan meliputi globalisasi yang mengancam keaslian, namun ekonomi kreatif mendorong UMKM untuk berinovasi, seperti melalui platform digital (teori ekosistem kreatif Florida, 2002).

### **Pelatihan sebagai Strategi Peningkatan Kapasitas UMKM**

Pelatihan merupakan strategi utama untuk meningkatkan kapasitas UMKM, berdasarkan teori pembelajaran dan pengembangan sumber daya manusia. Model Knowles (1980) tentang andragogi menekankan bahwa pelatihan dewasa harus relevan, praktis, dan berorientasi pada masalah, seperti keterampilan manajemen, pemasaran digital, dan inovasi produk.

Secara teoritis, pelatihan didukung oleh teori modal manusia Becker (1964), yang menyatakan bahwa investasi dalam pendidikan meningkatkan produktivitas. Studi World Bank (2018) menunjukkan bahwa program pelatihan seperti inkubasi bisnis dapat meningkatkan pendapatan UMKM hingga 20-30%. Di Indonesia, program seperti Kemenkop UKM fokus pada pelatihan berbasis kompetensi, mengintegrasikan teknologi (e-learning) untuk mengatasi keterbatasan geografis. Tantangan meliputi retensi pengetahuan dan evaluasi dampak, namun pelatihan berkelanjutan terbukti efektif dalam membangun resiliensi, sebagaimana ditunjukkan oleh penelitian ILO (2020) tentang pengembangan kapasitas di negara berkembang.

### **Identitas Lokal dalam Produk Souvenir**

Identitas lokal merujuk pada elemen budaya, sejarah, dan nilai-nilai unik suatu daerah yang diintegrasikan ke dalam produk, meningkatkan diferensiasi dan nilai pasar. Teori antropologi cultural identity (Hall, 1990) menjelaskan bahwa identitas lokal membentuk narasi autentik, yang dalam konteks pemasaran diterapkan melalui branding lokal (teori brand equity Keller, 1993).

Dalam produk souvenir, identitas lokal seperti motif batik Jawa atau tenun Bali menciptakan "authentic experience" (Cohen, 1988), yang menarik wisatawan dan meningkatkan nilai ekonomi. Studi WTO (2019) menunjukkan bahwa produk dengan identitas lokal memiliki premium harga hingga 15-20% dibandingkan barang massal. Namun, globalisasi dapat mengaburkan keaslian, sehingga strategi seperti sertifikasi asli (misalnya, GI - Geographical Indication) diperlukan. Integrasi identitas lokal dengan UMKM mendorong keberlanjutan budaya dan ekonomi, sebagaimana dalam model "cultural economy" Throsby (2001).

### **3. METODE PENELITIAN**

#### **Lokasi dan Waktu Kegiatan**

Kegiatan penelitian dan pelatihan dilaksanakan di kawasan wisata Yamansari, Kabupaten Tegal, Jawa Tengah, yang merupakan destinasi wisata alam dan budaya dengan potensi tinggi untuk pengembangan produk souvenir berbasis identitas lokal. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada relevansi geografis dan kultural, di mana Wisata Yamansari dikenal dengan elemen-elemen seperti hutan pinus, sungai, dan tradisi lokal yang dapat diintegrasikan ke dalam desain souvenir, seperti motif-motif daerah atau bahan baku alami. Waktu kegiatan berlangsung beberapa sesi, dengan sesi harian atau mingguan untuk memastikan partisipasi optimal peserta. Pendekatan ini mempertimbangkan faktor musiman wisata, seperti puncak kunjungan pada akhir pekan atau libur, untuk mengintegrasikan pelatihan dengan aktivitas wisata nyata, sehingga hasilnya lebih aplikatif dan berkelanjutan. Pemilihan lokasi di area wisata dikarenakan aksesibilitasnya yang baik, memfasilitasi logistik dan partisipasi peserta UMKM lokal.

#### **Subjek Kegiatan**

Subjek penelitian terdiri dari pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kreatif yang beroperasi di sekitar kawasan Wisata Yamansari. Kriteria pemilihan meliputi kesediaan sukarela untuk mengikuti pelatihan penuh, relevansi usaha mereka dengan produksi atau pemasaran produk souvenir (seperti kerajinan tangan, aksesoris wisata), serta potensi untuk berkontribusi pada ekonomi kreatif lokal. Jumlah peserta dibatasi antara 15-25 orang untuk memastikan interaksi intensif dan efektivitas pembelajaran, berdasarkan teori pembelajaran sosial Bandura (1977) yang menekankan penguatan melalui observasi dan praktik kelompok. Peserta dipilih melalui survei awal dan wawancara pendahuluan untuk mengidentifikasi tingkat keterampilan awal, motivasi, dan tantangan spesifik mereka, seperti keterbatasan akses bahan baku atau pengetahuan desain. Pendekatan inklusif ini memastikan keragaman subjek, termasuk pemula dan yang sudah berpengalaman, untuk menghasilkan wawasan yang komprehensif tentang peningkatan kapasitas UMKM secara keseluruhan.



**Gambar 1.** Perizinan di Balaidesa Yamansari.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dirancang untuk mencakup berbagai aspek proses pelatihan, dengan fokus pada triangulasi untuk meningkatkan keandalan temuan. Pertama, observasi partisipan digunakan untuk memantau kondisi awal keterampilan peserta, interaksi selama sesi, dan evolusi produk dari awal hingga akhir. Teknik ini melibatkan pencatatan sistematis perilaku, respons, dan dinamika kelompok, yang kemudian dianalisis untuk mengidentifikasi pola peningkatan kapasitas, seperti peningkatan kreativitas dalam mengintegrasikan identitas lokal. Kedua, wawancara semi-terstruktur dilakukan secara individu atau kelompok kecil untuk menggali kebutuhan spesifik peserta, kendala produksi (misalnya, akses bahan atau pasar), serta dampak pelatihan terhadap motivasi dan inovasi usaha. Pertanyaan dibuat berdasarkan panduan fleksibel untuk memungkinkan eksplorasi mendalam, selaras dengan metode fenomenologi. Ketiga, dokumentasi meliputi pengumpulan foto kegiatan, video proses pelatihan, catatan harian fasilitator, dan arsip produk akhir, yang digunakan untuk analisis visual dan longitudinal. Keempat, evaluasi produk dilakukan melalui rubrik penilaian yang mencakup dimensi seperti kualitas desain (estetika dan fungsionalitas), kerapian eksekusi, kreativitas inovatif, dan kesesuaian dengan identitas lokal Yamansari (misalnya, penggunaan motif budaya atau bahan ramah lingkungan). Evaluasi ini melibatkan peserta sendiri untuk feedback.

## Prosedur Pelaksanaan Pelatihan

### *Perencanaan dan Persiapan*

Tahap ini diawali dengan koordinasi dan analisis kebutuhan mitra UMKM yang berada di area Wisata Yamansari. Kegiatan yang dilakukan meliputi:

1) Koordinasi dengan pengelola wisata dan pelaku UMKM

Berkoordinasi mengenai jadwal, tempat, jumlah peserta, dan kebutuhan pelatihan. Koordinasi bertujuan agar kegiatan sesuai kebutuhan UMKM dan potensi lokal yang ada.

2) Observasi lapangan

Observasi dilakukan untuk mengetahui kondisi eksisting UMKM, jenis produk yang mereka hasilkan, kendala dalam produksi, kemampuan desain, serta kesiapan alat dan bahan.

3) Identifikasi kebutuhan pelatihan

Mengidentifikasi materi yang diperlukan oleh UMKM, seperti desain produk souvenir, teknik finishing, pengemasan, serta pemasaran digital.

4) Persiapan peralatan dan bahan pelatihan

Menyiapkan alat dan bahan pembuatan souvenir, materi presentasi, daftar hadir, konsumsi, peralatan kerja, serta tempat pelaksanaan.

5) Koordinasi dengan pendamping atau mahasiswa

Mengatur pembagian tugas seperti dokumentasi, pendampingan peserta, penyiapan ruangan, dan pengumpulan data *pre-test* dan *post-test*.

### *Pelaksanaan Kegiatan*

Tahap pelaksanaan meliputi beberapa rangkaian kegiatan, yaitu sosialisasi, penyuluhan, pelatihan teknis, dan pendampingan produksi.

1) Sosialisasi dan Pengisian *Pre-test*

Peserta mengisi daftar hadir dan *pre-test* untuk mengetahui tingkat pengetahuan awal mengenai desain, teknik pembuatan souvenir, dan pemasaran. Sosialisasi juga menjelaskan tujuan serta alur kegiatan pelatihan.

2) Penyuluhan Materi Dasar

Penyampaian materi oleh narasumber mengenai:

- a) konsep dasar souvenir khas daerah
- b) pentingnya identitas lokal dalam desain produk
- c) strategi packaging dan branding
- d) pemasaran digital menggunakan media sosia

- e) standar kualitas produk UMKM
- 3) Pelatihan Teknis (Workshop)

Peserta dilatih membuat souvenir berbasis potensi lokal Yamansari. Pelatihan mencakup:

- a) pemilihan bahan
- b) pemotongan dan pembentukan bahan
- c) perakitan, teknik finishing
- d) penambahan elemen dekoratif dan identitas lokal

Peserta juga menerima alat sederhana seperti gunting, lem, atau alat lain yang relevan dengan produk souvenir yang dikembangkan.

- 4) Pendampingan Produksi dan Praktek Langsung

Peserta mempraktikkan langkah-langkah pembuatan souvenir secara mandiri.

Pendamping memberikan arahan mengenai ukuran, kerapian, pemilihan warna, hingga pengemasan produk.

Pendampingan dilakukan untuk memastikan peserta benar-benar memahami proses produksi dari awal hingga akhir.

- 5) Penyuluhan Pemasaran dan Digital Branding

Pada sesi ini peserta diberikan materi mengenai:

- a) teknik foto produk sederhana menggunakan smartphone,
- b) cara membuat postingan menarik,
- c) penggunaan instagram untuk promosi,
- d) penentuan harga produk berdasarkan modal dan kualitas.

### **Evaluasi Kegiatan**

Evaluasi dilakukan untuk menilai efektivitas pelatihan dan peningkatan kemampuan peserta. Evaluasi mencakup:

- 1) Post-test

Peserta mengisi post-test untuk mengetahui perubahan pengetahuan tentang desain, produksi, dan pemasaran souvenir.

- 2) Penilaian Hasil Produk

Produk yang dihasilkan peserta dinilai berdasarkan aspek:

- a) kreativitas desain
- b) kesesuaian dengan identitas lokal Yamansari
- c) kualitas finishing dan kemasan.

3) Monitoring dan Refleksi

Diskusi dilakukan antara peserta dan pendamping untuk mengetahui kendala, pengalaman selama pelatihan, dan potensi pengembangan usaha selanjutnya.

4) Dokumentasi Foto dan Catatan Lapangan

Seluruh tahapan kegiatan didokumentasikan sebagai bukti pelaksanaan dan dasar penyusunan laporan hasil pelatihan.

Evaluasi bertujuan untuk mengukur peningkatan keterampilan peserta sekaligus memastikan bahwa pelatihan memberikan dampak nyata bagi pengembangan usaha UMKM di kawasan Wisata Yamansari.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pelatihan pembuatan souvenir khas Wisata Yamansari melibatkan pelaku UMKM kreatif yang berada di sekitar kawasan wisata. Kegiatan berlangsung secara bertahap mulai dari penyampaian materi hingga pendampingan proses produksi. Secara umum, pelatihan berjalan dengan lancar dan peserta menunjukkan antusiasme tinggi selama mengikuti kegiatan. Hasil pelatihan dapat dilihat dari peningkatan pengetahuan peserta, kemampuan teknis dalam membuat souvenir, pemahaman mengenai desain berbasis identitas lokal, dan penerapan teknik pemasaran sederhana.

##### Partisipasi dan Antusiasme Peserta

Peserta UMKM aktif mengikuti setiap tahapan kegiatan, baik pada sesi penyuluhan maupun praktik. Antusiasme terlihat dari keterlibatan peserta dalam bertanya mengenai teknik desain, kualitas bahan, hingga tips menentukan harga jual produk. Keterlibatan aktif ini menjadi indikator awal bahwa pelatihan mampu menjawab kebutuhan pelaku UMKM terkait peningkatan keterampilan usaha. Suasana pelatihan berlangsung interaktif, di mana peserta bebas berdiskusi dengan pendamping maupun narasumber.



**Gambar 2.** Pelatihan UMKM Kreatif.

## Keterampilan Peserta

### Sebelum dan Sesudah Pelatihan

Hasil observasi menunjukkan adanya peningkatan kemampuan peserta dibandingkan kondisi sebelum pelatihan. Sebelum pelatihan, sebagian peserta belum memahami konsep dasar desain, belum terbiasa menggunakan alat produksi seperti cutter, kuas, dan lem tembak, serta kesulitan menciptakan produk yang rapi dan seragam. Setelah mengikuti praktik langsung, peserta mulai mampu:

- 1) Mengolah bahan sesuai bentuk desain
- 2) Melakukan teknik pemotongan dan perakitan
- 3) Menerapkan pewarnaan dan finishing sederhana
- 4) Menghasilkan produk dengan tingkat kerapian lebih baik
- 5) Menambahkan elemen dekoratif berbasis motif lokal.

Peningkatan kemampuan ini sejalan dengan Hidayah & Rofiq (2020) yang menyatakan bahwa pelatihan teknis terbukti meningkatkan kreativitas dan keterampilan pelaku UMKM dalam menghasilkan produk kreatif.

### Produk Souvenir yang Berhasil Dihasilkan

Peserta mampu menghasilkan contoh souvenir yang mengangkat ikon Wisata Yamansari, seperti gantungan kunci, desain kaos.

Hasil produk menunjukkan adanya kreativitas peserta dalam memilih kombinasi warna dan bentuk, meskipun beberapa peserta masih perlu meningkatkan kerapian pada tahap finishing. Produk yang dihasilkan menunjukkan bahwa pelatihan memberikan dampak nyata dalam memunculkan inovasi desain dan keberanian mencoba bentuk-bentuk baru.



**Gambar 3.** Souvenir yang dihasilkan.

### **Kendala yang Dihadapi Peserta Selama Pelatihan**

Selama pelaksanaan kegiatan, terdapat beberapa kendala yang ditemui peserta, antara lain:

- 1) Beberapa peserta kesulitan menggunakan alat potong dengan presisi, sehingga bentuk awal produk belum sempurna.
- 2) Peserta masih terbatas dalam memilih kombinasi warna yang harmonis.
- 3) Waktu praktik yang relatif singkat membuat beberapa peserta tidak dapat menyelesaikan lebih dari satu jenis souvenir.
- 4) Minimnya pengalaman peserta dalam membuat desain membuat mereka memerlukan contoh visual sebelum berani mencoba bentuk baru.

Kendala tersebut bersifat wajar dan menjadi dasar penting untuk rekomendasi pelatihan lanjutan yang lebih intensif.

### **Pemahaman Branding dan Pemasaran Produk**

Selain materi teknis, peserta diberikan pemahaman mengenai branding dan pemasaran digital. Peserta diperkenalkan pada cara foto produk menggunakan smartphone, pembuatan caption promosi, penggunaan WhatsApp Business, serta pengemasan sederhana yang menarik.

Beberapa peserta mulai mencoba membuat label produk, menambahkan stiker identitas wisata, dan mengunggah foto produk ke media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa peserta tidak hanya memahami aspek produksi, tetapi juga mulai menyadari pentingnya strategi pemasaran untuk meningkatkan nilai jual souvenir.

### **Dampak Pelatihan terhadap Penguatan Kapasitas UMKM**

Pelatihan membawa dampak positif bagi pelaku UMKM, ditunjukkan dengan:

- 1) Meningkatnya kepercayaan diri peserta dalam mencoba desain baru,
- 2) Munculnya ide untuk memproduksi souvenir sesuai pesanan wisatawan,
- 3) Peserta mulai membentuk jejaring untuk berbagi bahan dan pemasaran,
- 4) Terciptanya produk khas yang dapat menjadi identitas Wisata Yamansari.

Temuan ini selaras dengan pendapat Sari (2019) yang menyatakan bahwa produk dengan identitas lokal mampu meningkatkan citra destinasi wisata dan nilai ekonomi masyarakat lokal.



**Gambar 4.** Pemasangan identitas wisata sungai Yamansari.

### Hasil Evaluasi Pelatihan

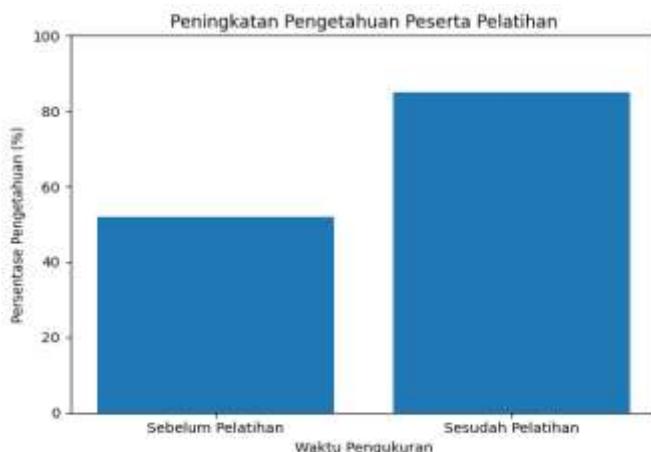
#### 1) Hasil evaluasi pelatihan

Evaluasi pelatihan dilakukan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada seluruh peserta setelah kegiatan pelatihan pembuatan souvenir khas wisata Yamansari. Kuesioner bertujuan untuk mengukur tingkat pemahaman peserta, kepuasan terhadap pelatihan, penilaian terhadap materi dan instruktur, serta dampak pelatihan terhadap pengembangan usaha UMKM. Skala penilaian menggunakan rentang 1–4, yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, setuju, dan sangat setuju.

**Tabel 1.** Hasil Penilaian Evaluasi.

No	Aspek yang Dinilai	Rata-rata Skor	Kategori
1	Pemahaman materi pelatihan	3,45	Sangat Baik
2	Kesesuaian materi dengan kebutuhan UMKM	3,50	Sangat Baik
3	Keterampilan instruktur dalam menyampaikan materi	3,60	Sangat Baik
4	Manfaat pelatihan bagi pengembangan usaha	3,55	Sangat Baik
5	Kepuasan peserta secara keseluruhan	3,58	Sangat Baik

Berdasarkan tabel hasil kuesioner menunjukkan bahwa seluruh aspek evaluasi memperoleh skor rata-rata di atas 3,40, yang menandakan tingkat penerimaan dan kepuasan peserta yang sangat baik terhadap pelaksanaan pelatihan.



**Gambar 5.** Grafik Peningkatan Peserta Pelatihan.

2) Persentase pengetahuan sebelum–sesudah

Berdasarkan hasil kuesioner, terjadi peningkatan pengetahuan peserta setelah mengikuti pelatihan. Tingkat pemahaman peserta sebelum pelatihan berada pada kisaran 52%, sedangkan setelah pelatihan meningkat menjadi 85%. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan sebesar 33%, terutama pada aspek desain souvenir, teknik produksi, dan pengemasan produk.

3) Kepuasan peserta

Sebagian besar peserta menyatakan puas terhadap pelaksanaan pelatihan. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa 90% peserta menyatakan puas dan sangat puas terhadap keseluruhan kegiatan, sedangkan 10% peserta menyatakan cukup puas. Tidak terdapat peserta yang menyatakan tidak puas.

4) Penilaian terhadap materi/instruktur

Materi pelatihan dinilai relevan dengan kebutuhan UMKM dan mudah dipahami. Instruktur dinilai mampu menyampaikan materi secara jelas, komunikatif, dan aplikatif. Sebanyak 92% peserta menilai materi dan instruktur dalam kategori sangat baik, sementara 8% peserta menilai dalam kategori baik.

5) Dampak pelatihan

Peserta menunjukkan peningkatan kepercayaan diri serta motivasi untuk mengembangkan usaha dan memperluas pemasaran. Pelatihan ini memberikan dampak positif terhadap kesiapan UMKM dalam mendukung pengembangan wisata lokal melalui produk souvenir khas Desa Yamansari.

## **5. KESIMPULAN DAN SARAN**

Kegiatan pelatihan pembuatan souvenir khas Wisata Yamansari telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas pelaku UMKM lokal. Pelatihan yang dilaksanakan secara bertahap, mulai dari penyampaian materi hingga praktik dan pendampingan langsung, mampu meningkatkan pengetahuan peserta mengenai desain produk, serta strategi pemasaran sederhana. Peserta menunjukkan perkembangan signifikan dalam keterampilan teknis, kreativitas desain, untuk menghasilkan produk baru yang merepresentasikan karakteristik kawasan Yamansari. Selain itu, pelatihan berhasil menumbuhkan motivasi dan kepercayaan diri pelaku UMKM untuk mengembangkan usahanya secara mandiri dan berkelanjutan.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (DPPM) atas dukungan dan kesempatan yang diberikan melalui Skema Pengabdian Masyarakat Tahun 2025 Batch 3. Dukungan pendanaan, fasilitasi, serta arahan yang diberikan telah memungkinkan kegiatan pengabdian ini terlaksana dengan baik dan memberikan manfaat nyata bagi mitra masyarakat. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang terlibat, termasuk LPPM Universitas Pancasakti Tegal, pemerintah desa Yamansari, pelaku UMKM Wisata Yamansari Kabupaten Tegal, yang telah berpartisipasi aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan. Semoga kolaborasi ini dapat terus berlanjut dan memberikan kontribusi berkelanjutan bagi pengembangan potensi lokal dan pemberdayaan masyarakat.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Hidayah, N., & Rofiq, A. (2020). Pengaruh pelatihan desain dan produksi terhadap peningkatan kreativitas UMKM. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 5(2), 115–124.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2023). Statistik UMKM tahun 2023. Kemenkop UKM.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management (15th ed.). Pearson Education.
- Nurhayati, E. (2020). Peran UMKM kreatif dalam mendukung destinasi pariwisata. *Jurnal Pariwisata Nusantara*, 12(1), 45–53.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business model generation. John Wiley & Sons.

- Porter, M. E. (2008). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. Free Press.
- Purnomo, A. (2022). Pemanfaatan identitas budaya lokal dalam pengembangan produk souvenir desa wisata. *Jurnal Pengembangan Ekonomi Lokal*, 8(3), 210–219.
- Richards, G. (2014). Tourism and creativity. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 12(2), 97–110. <https://doi.org/10.1080/14766825.2014.890623>
- Sari, M. (2019). Identitas lokal sebagai nilai tambah produk kreatif berbasis pariwisata. *Jurnal Kreativitas dan Budaya*, 7(2), 98–107.
- Sugiyono. (2017). Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Suryana. (2013). *Kewirausahaan: Pedoman praktis*. Salemba Empat.
- Tambunan, T. (2019). *UMKM di Indonesia: Perkembangan, kendala, dan tantangan*. Ghalia Indonesia.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan.
- World Tourism Organization. (2018). *Tourism and community development*. UNWTO.
- Wulandari, L., & Samudra, D. (2021). Analisis peningkatan kualitas produk UMKM melalui pelatihan dan penguatan kapasitas teknis. *Jurnal Pemberdayaan Ekonomi*, 4(4), 301–309.